
BACHELORARBEIT

Frau

Frederike Schrader

**Die Fußballweltmeisterschaft
2006 und ihre Auswirkungen
auf das Deutschland-Bild in
ausgewählten britischen
Printmedien**

Berlin, 2011

BACHELORARBEIT

**Die Fußballweltmeisterschaft
2006 und ihre Auswirkungen
auf das Deutschland-Bild in
ausgewählten britischen
Printmedien**

Autor:
Frau

Frederike Schrader

Studiengang:
Angewandte Medienwirtschaft

Seminargruppe:
AM08wJ2-B

Erstprüfer:
Prof. Dr. Otto Altendorfer

Zweitprüfer:
Dipl.-Journ. Marcus Bölz

Einreichung:
Berlin, 16.09.2011

Verteidigung/Bewertung:
Mittweida, 2011

Bibliografische Beschreibung:

Schrader, Frederike:

Die Fußballweltmeisterschaft 2006 und ihre Auswirkungen auf das Deutschland-Bild in ausgewählten britischen Printmedien. - 2011. - 86 Seiten, Mittweida, Hochschule Mittweida, Fakultät Medien, Bachelorarbeit, 2011

Referat:

In englischen Printmedien wird das Deutschland-Bild oft von Stereotypen und NS-Symbolik beherrscht, nicht zuletzt in Verbindung mit großen Sportereignissen wie Weltmeister- oder Europameisterschaften.

Die Fußballweltmeisterschaft 2006 wurde von den Deutschen als Sommermärchen gefeiert. Ob sich das Deutschland-Bild in den britischen Printmedien aufgrund der Weltmeisterschaft 2006 verändert hat, wird in der folgenden Studie anhand einer Medieninhaltsanalyse analysiert.

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	IV
Abbildungsverzeichnis	VII
Tabellenverzeichnis	VIII
1. Einleitung	10
2. Hintergrund: Deutsch-englische Fußballrivalität.....	12
3. Medieninhaltsanalyse als Forschungsinstrument.....	18
3.1. Was ist eine Medieninhaltsanalyse?	18
3.2. Definition der Grundbegriffe	20
3.2.1. Code	20
3.2.2. Codebuch	21
3.2.3. Codierer	22
3.2.4. Codierung	22
3.2.5. Kategorie	22
4. Untersuchungsobjekte.....	23
4.1. <i>The Sun</i>	24
4.2. <i>Daily Mail</i>	26
4.3. <i>The Guardian</i>	28
5. Untersuchungsprozess	30
5.1. Forschungsleitende Fragen und Hypothesen	30
5.2. Untersuchungszeitraum, Auswahl- und Analyseeinheiten...	32
5.3. Kategorien.....	33

6. Datenauswertung	36
6.1. Allgemein	36
6.1.1. Betrachtungsgrad	36
6.1.2. Darstellungsform	38
6.2. Sprache	40
6.2.1. Wortspiele	40
6.2.2. Sensationelle Begriffe	41
6.2.3. Superlative	44
6.2.4. Schreibstil	45
6.3. Bildsprache.....	46
6.4. Inhalt.....	47
6.4.1. Begriff „Nazi“	47
6.4.2. Verbindung mit Krieg	48
6.4.3. Begriff Deutschland	49
6.4.4. Stereotypen	50
6.4.5. Personenvergleich	51
6.4.6. Sportliche Leistung	51
6.4.7. Emotionalität	52
6.5. Persönlicher Eindruck	53
7. Hypothesenprüfung	55
8. Fazit	58
9. Literaturverzeichnis.....	61
10. Anhang	70

10.1. Codebuch	70
10.2. Ergebnisse der Inhaltsanalyse	77
10.2.1. <i>The Sun</i>	77
10.2.1.1. Erster Untersuchungszeitraum	77
10.2.1.2. Zweiter Untersuchungszeitraum	79
10.2.1.3. Dritter Untersuchungszeitraum	80
10.2.2. <i>Daily Mail</i>	81
10.2.2.1. Erster Untersuchungszeitraum	81
10.2.2.2. Zweiter Untersuchungszeitraum	82
10.2.2.3. Dritter Untersuchungszeitraum	83
10.2.3. <i>The Guardian</i>	83
10.2.3.1. Erster Untersuchungszeitraum	83
10.2.3.2. Zweiter Untersuchungszeitraum	84
10.2.3.3. Dritter Untersuchungszeitraum	85
10.3. Eigenständigkeitserklärung	86

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Einfaches Kommunikationsmodell nach Werner Fröh	18
Abbildung 2: Ablauf der quantitativen und qualitativen Inhaltsanalyse	20
Abbildung 3: Der Aufbau eines Codebuchs.....	21
Abbildung 4: Anzahl der Artikel mit sensationellen Begriffen <i>The Sun</i>	42
Abbildung 5: Anzahl der Artikel mit sensationellen Begriffen <i>Daily Mail</i>	43
Abbildung 6: Anzahl der Artikel mit sensationellen Begriffen <i>The Guardian</i>	43
Abbildung 7: Anzahl der Artikel und Schreibstil <i>The Sun</i>	45
Abbildung 8: Anzahl der Artikel und Schreibstil <i>Daily Mail</i>	45
Abbildung 9: Anzahl der Artikel und Schreibstil <i>The Guardian</i>	46
Abbildung 10: Anzahl der Artikel mit dem Begriff „Nazi“	48
Abbildung 11: Anzahl der Artikel, die Stereotypen verwenden	50

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Aufteilung aller Artikel in den jeweiligen Untersuchungszeiträumen	36
Tabelle 2: Anzahl der Artikel und der dazugehörige Betrachtungsgrad <i>The Sun</i>	37
Tabelle 3: Anzahl der Artikel und der dazugehörige Betrachtungsgrad <i>Daily Mail</i>	37
Tabelle 4: Anzahl der Artikel und der dazugehörige Betrachtungsgrad <i>The Guardian</i>	38
Tabelle 5: Darstellungsform aller Artikel	39
Tabelle 6: Anzahl der Artikel die Wortspiel beinhalten	40
Tabelle 7: Anzahl der Artikel mit Superlativen	44
Tabelle 8: Anzahl der Bilder und deren Darstellung	47
Tabelle 9: Anzahl der Artikel mit Verbindung zu Krieg	48
Tabelle 10: Nennung Deutschland in allen Artikeln	49
Tabelle 11: Anzahl der Artikel mit Personenvergleich	51
Tabelle 12: Anzahl der Artikel mit Bezug auf sportliche Leistung	52
Tabelle 13: Emotionalität aller Artikel	53
Tabelle 14: Persönlicher Eindruck bei allen Artikeln	53
Tabelle 15 A: Ergebnisse der Inhaltsanalyse <i>The Sun</i> Untersuchungszeitraum 1 (V1-V9)	77
Tabelle 15 B: Ergebnisse der Inhaltsanalyse <i>The Sun</i> Untersuchungszeitraum 1 (V10-V18).....	78
Tabelle 16 A: Ergebnisse der Inhaltsanalyse <i>The Sun</i> Untersuchungszeitraum 2 (V1-V9)	79
Tabelle 16 B: Ergebnisse der Inhaltsanalyse <i>The Sun</i> Untersuchungszeitraum 2 (V10-V18).....	80
Tabelle 17 A: Ergebnisse der Inhaltsanalyse <i>The Sun</i> Untersuchungszeitraum 3 (V1-V9)	80
Tabelle 17 B: Ergebnisse der Inhaltsanalyse <i>The Sun</i> Untersuchungszeitraum 3 (V10-V18).....	80

Tabelle 18 A: Ergebnisse der Inhaltsanalyse <i>Daily Mail</i> Untersuchungszeitraum 1 (V1-V9)	81
Tabelle 18 B: Ergebnisse der Inhaltsanalyse <i>Daily Mail</i> Untersuchungszeitraum 1 (V10-V18).....	81
Tabelle 19 A: Ergebnisse der Inhaltsanalyse <i>Daily Mail</i> Untersuchungszeitraum 2 (V1-V9)	82
Tabelle 19 B: Ergebnisse der Inhaltsanalyse <i>Daily Mail</i> Untersuchungszeitraum 2 (V10-V18).....	82
Tabelle 20 A: Ergebnisse der Inhaltsanalyse <i>Daily Mail</i> Untersuchungszeitraum 3 (V1-V9)	83
Tabelle 20 B: Ergebnisse der Inhaltsanalyse <i>Daily Mail</i> Untersuchungszeitraum 3 (V10-V18).....	83
Tabelle 21 A: Ergebnisse der Inhaltsanalyse <i>The Guardian</i> Untersuchungszeitraum 1 (V1-V9)	83
Tabelle 21 B: Ergebnisse der Inhaltsanalyse <i>The Guardian</i> Untersuchungszeitraum 1 (V10-V18).....	84
Tabelle 22 A: Ergebnisse der Inhaltsanalyse <i>The Guardian</i> Untersuchungszeitraum 2 (V1-V9)	84
Tabelle 22 B: Ergebnisse der Inhaltsanalyse <i>The Guardian</i> Untersuchungszeitraum 2 (V10-V18).....	85
Tabelle 23 A: Ergebnisse der Inhaltsanalyse <i>The Guardian</i> Untersuchungszeitraum 3 (V1-V9)	85
Tabelle 23 B: Ergebnisse der Inhaltsanalyse <i>The Guardian</i> Untersuchungszeitraum 3 (V10-V18).....	85

1. Einleitung

Das Deutschland-Bild in britischen Printmedien wird nicht zuletzt seit dem zweiten Weltkrieg von zahlreichen Stereotypen beherrscht. Häufig wird im Umfeld von sportlichen Auseinandersetzungen, vor allem im Fußball, unter anderem mit NS-Symbolik gearbeitet, um dieses besondere Deutschland-Bild zu festigen und Emotionen bei den Lesern zu wecken.

Anlass zur wissenschaftlichen Beschäftigung mit der Darstellung Deutschlands und den Deutschen in englischen Printmedien bot die Fußballweltmeisterschaft 2006 in Deutschland. Die folgende Forschungsfrage steht der vorliegenden Arbeit zugrunde:

Welches Deutschland-Bild zeichnen die britischen Printmedien vor dem Hintergrund der Fußballweltmeisterschaft 2006?

Der Frage wird durch eine Analyse ausgewählter britischer Printmedien nachgegangen. Dazu werden die Tageszeitungen *The Sun*, *Daily Mail* und *The Guardian* exploriert. Die vorliegende Studie fußt auf einer Medieninhaltsanalyse, ein Teil der empirischen Kommunikationsforschung. Eine solche Untersuchung und Studie gibt es bisher noch nicht.

Ziel der Studie ist es, Aufschluss über das Deutschland-Bild in den englischen Printmedien zu geben sowie eine eventuelle Veränderung dieses Bildes aufgrund des Ereignisses der Fußballweltmeisterschaft festzustellen.

Im folgenden Kapitel (Kapitel 2) wird ein Überblick der deutsch-englischen Fußballrivalität gegeben. Kapitel 3 befasst sich mit dem Forschungsinstrument der Medieninhaltsanalyse. Hier werden die Methode der empirischen Kommunikationsforschung beschrieben sowie die wichtigsten Grundbegriffe definiert. Kapitel 4 stellt die Untersuchungsobjekte, *The Sun*, *Daily Mail* und *The Guardian* ein-

zeln vor. Die Inhaltsanalyse beginnt mit Kapitel 5 und dem Untersuchungsprozess. Hier werden die Hypothesen und forschungsleitenden Fragen vorgestellt sowie der Untersuchungszeitraum festgelegt und Kategorien und Analyseeinheit bestimmt. In Kapitel 6 werden die Ergebnisse der Analyse ausgewertet und vorgestellt. Kapitel 7 prüft die zuvor hergeleiteten Hypothesen. Abschließend wird in Kapitel 8 ein Fazit der durchgeführten Medieninhaltsanalyse gezogen. Der Anhang der Studie beinhaltet das erstellte Codebuch und die einzelnen Tabellen mit den Ergebnissen der Analyse.

2. Hintergrund: Deutsch-englische Fußballrivalität

Deutschland gegen England – das ist die Kultbegegnung im europäischen Fußball. Ein wahrer Fußball-Gipfel und das seit mehr als 100 Jahren. Wenn beide Mannschaften aufeinandertreffen, erklärt vor allem die britische Boulevardpresse den Deutschen einen regelrechten Fußballkrieg.¹ Die Partie ist von diversen epischen Dramen geprägt, sie beinhaltet „unvergessliche Elfmeterkrimis, tragische Helden und das bekannteste Tor der Fußball-Geschichte“.²

Das erste Aufeinandertreffen beider Teams datiert 1908 in Berlin.³ Damals war die deutsche Nationalmannschaft chancenlos und unterlag den Engländern mit 1:5 Toren.⁴ Seitdem gab es 32 Länderspiele zwischen beiden Mannschaften und die Statistik zeigt, dass die Engländer mit insgesamt 15 zu elf Siegen die Oberhand über Deutschland haben.⁵ Doch um die große Rivalität zwischen beiden Ländern besser verstehen zu können, muss man die Länderspielgeschichte der beiden Teams in zwei Kapitel teilen. Das erste Kapitel geht bis 1968 und in diesem dominiert England über Deutschland.

¹ Vgl. Beck, Oskar: „Mutter aller Rivalitäten – England vs. Deutschland“.

26.06.2010, In: Welt online, URL:

<http://www.welt.de/sport/wm2010/article8183223/Mutter-aller-Rivalitaeten-England-vs-Deutschland.html>

² Richter, Arne / Mende, Jens: „Deutschland – England: Duell mit langer Tradition“. 21.08.2007, In: Tagespiegel, URL:

<http://www.tagesspiegel.de/sport/fussball/deutschland-england-duell-mit-langer-tradition/1019940.html>

³ Vgl. DFB: Statistik (Alle Spiele), URL:

http://www.dfb.de/index.php?id=500001&no_cache=1&action=showRivalBalance&lga=Nationalmannschaft&gegner=dfbat19&cHash=f4b331425bf2403ce28ae59e9991d465

⁴ Vgl. ebd.

⁵ Vgl. ebd.

In 13 Spielen siegen die Engländer elf Mal bei zwei Unentschieden und keinem einzigen Erfolg für Deutschland.⁶ Das zweite Kapitel erstreckt sich von 1968 bis heute und in diesem Abschnitt hat sich das Blatt komplett gewendet.

Der Grundstein für die erbitterte Rivalität wurde mit dem Weltmeisterschaftsfinale 1966 und dem berühmten Wembley-Tor gelegt.⁷ England gewann mit 4:2 und während der Jubelfeiern intonieren die englischen Fans die bis heute bekannte Parole „Two World Wars and One World Cup“.⁸ Höhepunkt der englischen Dominanz. Doch nach 1966 ging es für die englische Nationalmannschaft stetig bergab. England hat seitdem kein weiteres Finale einer Welt- oder Europameisterschaft mehr erreicht.⁹ Zweimal schafften es die Engländer zwar noch in ein Halbfinale eines wichtigen Turniers zu kommen, schieden aber beide Male gegen Deutschland aus dem Wettbewerb - und das beide Male im Elfmeterschießen.¹⁰ Überhaupt hat England seit dem Finale 1966 kein wichtiges Spiel mehr gegen Deutschland gewinnen können. In 19 Spielen der Erzrivalen behielt Deutschland 13 Mal die Oberhand, es gab zwei Unentschieden und nur vier englische Siege.¹¹ Umso gravierender ist die Tatsache, dass seit 1966 ungefähr jedes dritte Spiel der beiden Kon-

⁶ Vgl. DFB: Statistik (Alle Spiele), URL:

http://www.dfb.de/index.php?id=500001&no_cache=1&action=showRivalBalance&lga=Nationalmannschaft&gegner=dfbat19&cHash=f4b331425bf2403ce28ae59e9991d465

⁷ Vgl. „Die heißesten Duelle mit England“. 23.06.2010, In: Sportbild, URL:

<http://sportbild.bild.de/SPORT/fussball-wm-2010/2010/06/23/legendaere-duelle/zwischen-deutschland-und-england.html>

⁸ Richter, Arne / Mende, Jens: „Deutschland – England: Duell mit langer Tradition“. 21.08.2007, In: Tagespiegel, URL:

<http://www.tagesspiegel.de/sport/fussball/deutschland-england-duell-mit-langer-tradition/1019940.html>

⁹ Vgl. The FA: Results, URL: <http://thefa.com/England/Results>

¹⁰ Vgl. ebd.

¹¹ Vgl. ebd.

kurrenten im Rahmen eines wichtigen Turniers stattfand und bis auf einen englischen Sieg in der Vorrunde der Europameisterschaft 2000 Deutschland immer gewonnen hat.¹²

1970 und 1972 kam es dabei zu besonders spannenden Spielen auf höchstem sportlichen Niveau. Bei der Weltmeisterschaft 1970 in Mexico gelang Deutschland die Sensation. Im Viertelfinale holte Deutschland eine 2-0 Führung des englischen Weltmeisters auf und schoss die Engländer in der Verlängerung aus dem Turnier.¹³ Und auch 1972 wurde England vom späteren Europameister Deutschland aus dem Turnier eliminiert.

In den neunziger Jahren setzte die heißeste Phase der Rivalität ein. Mit der Weltmeisterschaft 1990 in Italien begann das historische Elfmeterdrama der Engländer in Pflichtspielen.¹⁴ In der englischen Boulevardpresse erreichte die Verwendung kriegerischen Vokabulars in dieser Zeit einen Höhepunkt. Die deutsche Nationalmannschaft oder auch der „teutonische Panzer“¹⁵ gewann das Elfmeterschießen im Halbfinale souverän gegen eine unterlegene englische Mannschaft.¹⁶ Der beliebte englische Stürmer Gary Lineker erklärte die Elfmeterphobie der Engländer später mit folgenden Worten:

¹² Vgl. DFB: Statistik (Alle Spiele), URL:

http://www.dfb.de/index.php?id=500001&no_cache=1&action=showRivalBalance&lga=Nationalmannschaft&gegner=dfbat19&cHash=f4b331425bf2403ce28ae59e9991d465

¹³ Vgl. Hermanns, Stefan: „Fantastisch! Unglaublich! Wundervoll!“. 18.08.2007, In: Tagesspiegel, URL: <http://www.tagesspiegel.de/sport/fussball/fantastisch-unglaublich-wundervoll/1016950.html>

¹⁴ Vgl. „Die heißesten Duelle mit England“. 23.06.2010, In: Sportbild, URL: <http://sportbild.bild.de/SPORT/fussball-wm-2010/2010/06/23/legendaere-duelle/zwischen-deutschland-und-england.html>

¹⁵ Ahrens, Peter: „Deutschland gegen England. Die Trauma Partner“. 27.06.2010, In: Spiegel online, URL: <http://www.spiegel.de/sport/fussball/0,1518,703066,00.html>

¹⁶ Vgl. Chalk, Titus: „Don´t cry for me, Gazza“. 25.02.2011, In: 11Freunde.de, URL: http://www.11freunde.de/international/131001/dont_cry_for_me_gazza

„Im Prinzip kann jede Mannschaft jede andere im Elfmeterschießen schlagen, es sei denn, England spielt gegen Deutschland“.¹⁷ Höhepunkt der Rivalität aber war die Europameisterschaft 1996 in England. Erst schoss Deutschland die Engländer im eigenen Stadion per Elfmeterschießen im Halbfinale aus dem Turnier, dann wurde Deutschland auch noch im Wembley Stadion zum Europameister gekürt.¹⁸ Während sich die Presse in den siebziger Jahren auf das Sportliche konzentriert hatte, erreichte das Kriegsvokabular der britischen Boulevardpresse kurz vor der Europameisterschaft 1996 einen weiteren Klimax. Neben Schlagzeilen wie „Herr weg go!“ (*Daily Star*)¹⁹ oder „Let´s Blitz Fritz“ (*The Sun*)²⁰ ging das Boulevardblatt *Daily Mirror* sogar den Engländern einen Schritt zu weit. Mit der Schlagzeile „Achtung! Surrender. For you, Fritz, ze Euro Championship are over“²¹ rief der damalige Chefredakteur Piers Morgan in seiner Kolumne den endgültigen Fußballkrieg gegen Deutschland aus, wenn die deutsche Nationalmannschaft nicht kapitulieren würde.²² Dafür musste sich Morgan im nachhinein entschuldigen, seine Kampagne wurde als „fremdenfeindlich und

¹⁷ Richter, Arne / Mende, Jens: „Deutschland – England: Duell mit langer Tradition“. 21.08.2007, In: Tagespiegel, URL:

<http://www.tagesspiegel.de/sport/fussball/deutschland-england-duell-mit-langer-tradition/1019940.html>

¹⁸ Vgl. ebd.

¹⁹ Aumüller, Johannes: „Zum Glück nutzt meine Mutter das Internet nicht“.

26.06.2010, In: sueddeutsche.de, URL:

<http://www.sueddeutsche.de/sport/interview-mit-stefan-kuntz-zum-glueck-nutzt-meine-mutter-das-internet-nicht-1.965915>

²⁰ „Englische Zeitung – DFB Trikots sind „Nazi“ – Stil.“ 28.01.2010, In: Welt online, URL: <http://www.welt.de/sport/fussball/article6015091/Englische-Zeitung-DFB-Trikots-sind-Nazi-Stil.html>

²¹ Barnett, Rowan: „Warum Engländer immer gegen Deutschland sind“.

07.06.2008, In: Welt online, URL:

http://www.welt.de/vermishtes/article2075184/Warum_Englaender_immer_gegen_Deutschland_sind.html

²² Vgl. ebd.

volksverhetzend“²³ eingestuft. Dieser publizistische Fehltritt markiert ein gravierendes, historisches Moment in der englischen Boulevardpresse, denn in der Folge wurden der skrupellosen englischen Presse gewisse Grenzen gesetzt.²⁴

Obwohl sich das Vokabular der britischen Presse seitdem etwas abgekühlt hat, bleibt die Fußballrivalität zwischen England und Deutschland weiterhin bestehen. Auch die Assoziation von Krieg mit Deutschland sowie triviale Stereotypen, etwa von den Handtüchern auf Schwimmbadliegen bis hin zu deutschen Frauen namens Helga, werden in der britischen Berichterstattung weiterhin verwendet, wenn es um Fußball geht, einen für die Engländer geradezu heiligen Sport.²⁵ Dennoch findet dies nicht mehr in einem solchen Maße wie zur Fußballeuropameisterschaft 1996 statt. Vor der Weltmeisterschaft 2010 in Südafrika bemühte die Boulevardzeitung *Daily Mail* noch einmal einen Kriegsvergleich mit der Deutschen Nationalmannschaft. Laut der Zeitung weckten die neuen Trikots der deutschen Elf „Erinnerungen an die SS“²⁶, entsprächen dem „Nazi-Stil“²⁷. Der Versuch, noch einmal mit geschmacklosem historischen Vergleich Schlagzeile zu machen, zog jedoch nicht mehr bei der Boulevard-Konkurrenz und fand keine Nachahmer. Im Laufe des Turniers bejubelte nun auch die *Daily Mail* die Deutsche Mannschaft

²³ Levine, Tom: „Anne zieht nicht. Die britische Boulevardpresse wird milder, sagt „Mirror“ – Chef Morgan“. 06.07.2001, In: Berliner Zeitung, URL: <http://www.berlinonline.de/berliner-zeitung/archiv/.bin/dump.fcgi/2001/0706/medien/0229/index.html>

²⁴ Vgl. ebd.

²⁵ Vgl. Beck, Oskar: „Mutter aller Rivalitäten – England vs. Deutschland“. 26.06.2010, In: Welt online, URL: <http://www.welt.de/sport/wm2010/article8183223/Mutter-aller-Rivalitaeten-England-vs-Deutschland.html>

²⁶ „Englische Zeitung – DFB Trikots sind „Nazi“ – Stil.“ 28.01.2010, In: Welt online, URL: <http://www.welt.de/sport/fussball/article6015091/Englische-Zeitung-DFB-Trikots-sind-Nazi-Stil.html>

²⁷ ebd.

für ihre sportliche Leistung, „die deutsche Mannschaft lieferte eine Vorstellung, die den Maßstab dieser WM gesetzt hat [ab]“²⁸. Umso bemerkenswerter ist diese Aussage, da die englische Nationalmannschaft bei diesem Turnier wieder einmal gegen Deutschland ausschied und in diesem Spiel die höchste Niederlage ihrer Geschichte bei einer Weltmeisterschaft kassierte.²⁹ Dazu kam, dass England ein Tor aberkannt wurde, welches als neues Wembley Tor gewertet wurde.³⁰ Trotz allem, waren die englischen Medien der Meinung, dass es in der Deutschen Mannschaft nur Helden gäbe und sie mit einem leidenschaftlichen Spiel überzeugen würden.³¹

²⁸ Heidbühmer, Carsten: „Die Welt verneigt sich vor Deutschland“. 04.07.2010, In: Stern online, URL: <http://www.stern.de/sport/fussball-wm/wm-2010/wm-pressestimmen-die-welt-verneigt-sich-vor-deutschland-1579657.html>

²⁹ Vgl. dpa: „England kassiert höchste WM-Pleite“. 27.06.2010, In: Focus online, URL: http://www.focus.de/sport/mehrsport/fussball-england-kassiert-hoechste-wm-pleite_aid_524111.html

³⁰ Vgl. „Rache für Wembley. Schiri gibt dieses England Tor Nicht“. 27.06.2010, In: Bild.de, URL: <http://www.bild.de/sport/fussball-wm-2010-suedafrika/schiedsrichter/schiedsrichter-verweigert-england-ausgleich-13099018.bild.html>

³¹ Vgl. Heidbühmer, Carsten: „Die Welt verneigt sich vor Deutschland“. 04.07.2010, In: Stern online, URL: <http://www.stern.de/sport/fussball-wm/wm-2010/wm-pressestimmen-die-welt-verneigt-sich-vor-deutschland-1579657.html>

3. Medieninhaltsanalyse als Forschungsinstrument

3.1. Was ist eine Medieninhaltsanalyse?

Einer der wichtigsten Bestandteile und Methoden der Kommunikationswissenschaft ist die Inhaltsanalyse.³² Laut Werner Fröh ist dies „eine empirische Methode zur systematischen, intersubjektiv nachvollziehbaren Beschreibung inhaltlicher und formaler Merkmale von Mitteilungen.“³³ Es gibt mehrere Verwendungsgebiete der Inhaltsanalyse. Zentrale Anwendungsgebiete sind die Analyse von Medieninhalten und die Auswertung qualitativer Interviews und Befragungen.³⁴ Heutzutage wird die Inhaltsanalyse vor allem zur Auswertung von Massenmedien eingesetzt.³⁵ Laut dem Kommunikationswissenschaftler Werner Fröh geht es bei der Inhaltsanalyse nicht nur um die rein äußerliche Beschreibung von Mitteilungen und Nachrichten, sondern auch um die „wissenschaftliche Analyse von Kommunikationsvorgängen anhand von Aussage und Medium.“³⁶

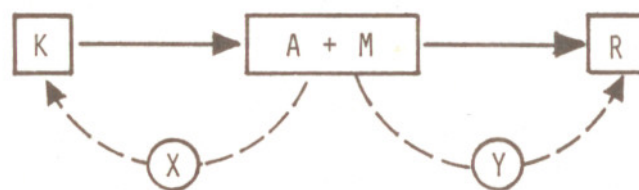


Abbildung 1: Einfaches Kommunikationsmodell nach Werner Fröh³⁷

³² Vgl. Wagner, 2009, Qualitative Methoden, S. 333

³³ Fröh, 1991, Inhaltsanalyse, S. 24

³⁴ Vgl. Wagner, 2009 Qualitative Methoden, S. 333

³⁵ Vgl. Knapp, 2005, Inhaltsanalyse, S. 20

³⁶ Fröh, 1991, Inhaltsanalyse, S. 41

³⁷ ebd., S. 41

Man unterscheidet zwischen der quantitativen und qualitativen Medieninhaltsanalyse. Die beiden Verfahren differieren sich hauptsächlich in der Datenerfassung.³⁸ Bei der quantitativen Medieninhaltsanalyse wird das Codebuch bereits vor der empirischen Inhaltsanalyse genauestens ausgearbeitet und der Forscher ist demnach strikt an den Codeplan gebunden.³⁹ Bei der qualitativen Medieninhaltsanalyse entwickelt der Bearbeiter erst während der empirischen Durchleuchtung des Untersuchungsmaterials das Erhebungsinstrument.⁴⁰ Bei jeder Variante der Inhaltsanalyse ist es wichtig, die Reliabilität und Validität zu erfüllen.⁴¹ Wenn verschiedene Forscher und Bearbeiter zu unterschiedlichen Zeitpunkten zu dem gleichen Ergebnis kommen wie der Erstcodierer, dann ist die Zuverlässigkeit der Studie, also ihre sogenannte Reliabilität, gewährleistet.⁴² Die Validität trifft Aussage darüber, ob das verwendete Messverfahren zur Klärung der Fragestellung geeignet war.⁴³ In der vorliegenden Arbeit wurde eine Kombination aus quantitativer und qualitativer Vorgehensweise gewählt. Somit ist eine quantitative Grundlage gegeben, die für die Materialauswertung belastet werden kann. Zusätzlich wurden noch weitere Kategorien und Variablen entwickelt und der qualitativen Inhaltsanalyse hinzugefügt. Die Vorgehensweise beider Arten von Inhaltsanalysen ist in prozessualer Hinsicht weitgehend gleich, wie Abbildung 2 verdeutlichen soll.

³⁸ Vgl. Wagner, 2009, Qualitative Methoden, S. 334

³⁹ Vgl. ebd., S. 334

⁴⁰ Vgl. ebd., S.334

⁴¹ Vgl. Knapp, 2005, Inhaltsanalyse, S. 21

⁴² Vgl. ebd., S. 21

⁴³ Vgl. ebd., S. 21

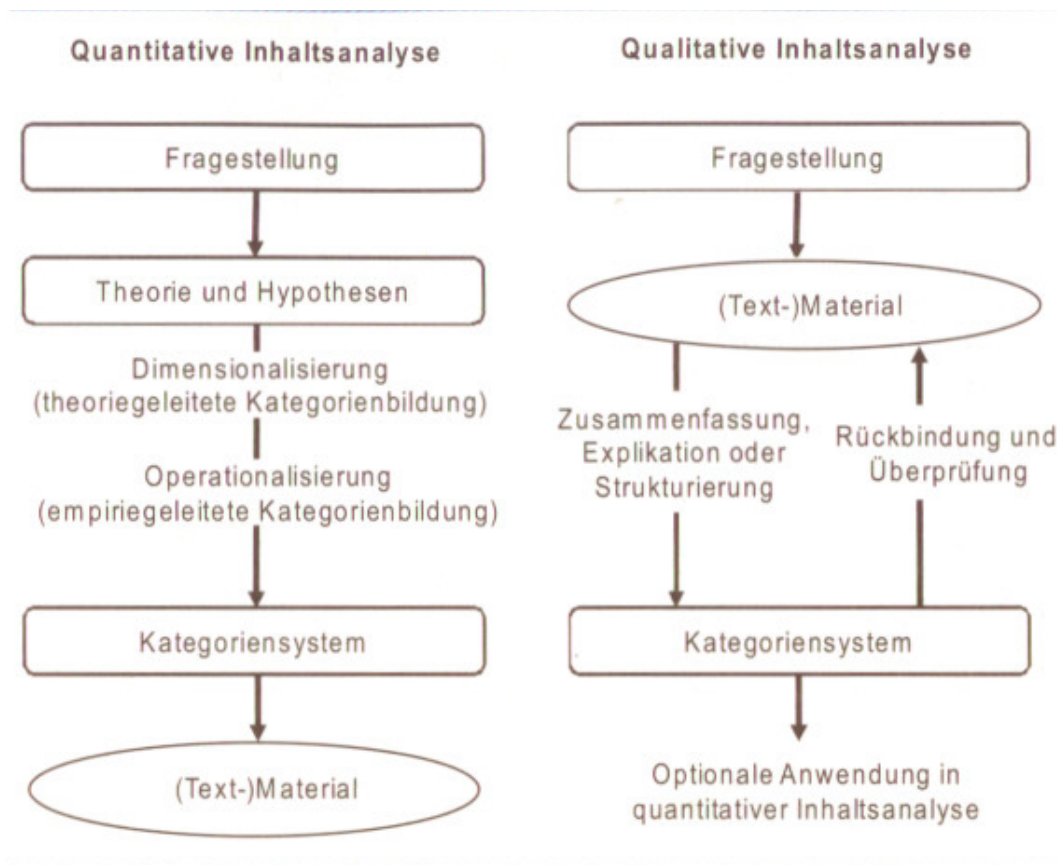


Abbildung 2: Ablauf der quantitativen und qualitativen Inhaltsanalyse⁴⁴

3.2. Definition der Grundbegriffe

3.2.1. Code

In der Medieninhaltsanalyse ist ein Code eine Umformulierung von Medienaussagen in Zahlenwerte. Jede Information aus dem Text wird gemessen und einheitlich dargestellt.⁴⁵ Der Code stellt für bestimmte Themen, zum Beispiel eines Zeitungsartikels, das numerische Relativ dar.⁴⁶

⁴⁴ Scheufele / Engelmann, 2009, S. 151

⁴⁵ Vgl. ebd., S. 147

⁴⁶ Vgl. ebd., S. 147

3.2.2. Codebuch

Das Codebuch ist das Erhebungsinstrument einer empirischen Inhaltsanalyse und das Arbeitsinstrument eines Forschers.⁴⁷ Hier werden alle Regeln festgehalten, mit denen die einzelnen Merkmale einer Mitteilung erfasst werden sollen.⁴⁸ Das Codebuch muss so strukturiert sein, dass bei jeder erneuten Untersuchung mit demselben Material die gleichen Ergebnisse herauskommen.

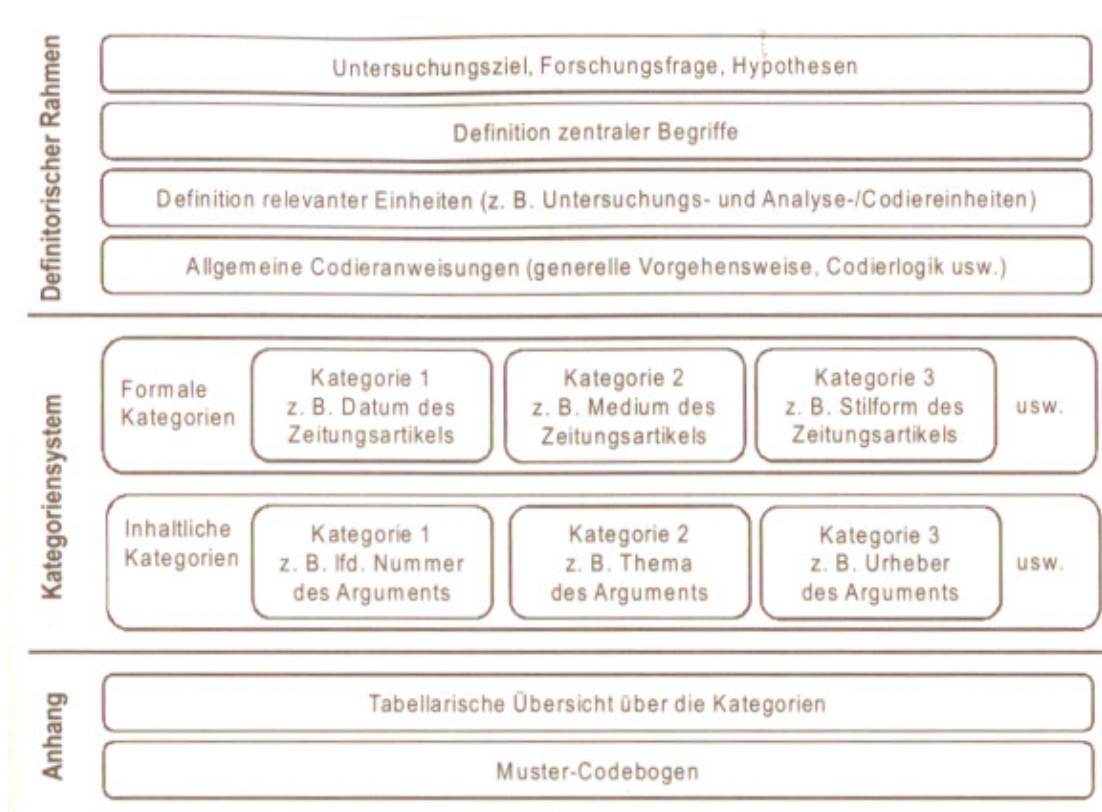


Abbildung 3: Der Aufbau eines Codebuchs⁴⁹

⁴⁷ Vgl. Scheufele / Engelmann, 2009, S. 147

⁴⁸ Vgl. ebd., S. 147

⁴⁹ ebd., S. 157

3.2.3. Codierer

Der Codierer ist die Person, welche mit dem Codebuch arbeitet und eine Studie durchführt.⁵⁰ Der Codierer ist in den meisten Fällen auch der Forscher. Während der Untersuchung von Objekten setzt der Codierer die Informationen und Inhalte des im Codebuch festgelegten Codes um.⁵¹

3.2.4. Codierung

Der Ablauf bzw. Prozess der Inhaltsanalyse wird als Codierung bezeichnet. Während der Codierung werden von dem Codierer mit Hilfe eines Codebuches die Merkmale eines Merkmalsträgers, zum Beispiel der Inhalt eines Zeitungsartikels, in einen Code übersetzt.⁵²

3.2.5. Kategorie

Eine Kategorie ist das Merkmal eines Merkmalsträgers.⁵³ Eine Kategorie definiert genau das, was untersucht und erhoben werden soll. Alle Kategorien einer Studie bilden das sogenannte Kategoriensystem.⁵⁴ Das Kategoriensystem ist zentraler Bestandteil eines Codebuches.⁵⁵ Kategorien sind in inhaltliche und formale Kategorien unterteilt.⁵⁶ Jede Kategorie hat mindestens zwei Ausprägungen.⁵⁷

⁵⁰ Vgl. Scheufele / Engelmann, 2009, S. . 147

⁵¹ Vgl. ebd., S. 147

⁵² Vgl. ebd., S. 147

⁵³ Vgl. ebd., S. 147

⁵⁴ Vgl. ebd., S. 156

⁵⁵ Vgl. ebd., S. 147

⁵⁶ Vgl. ebd., S. 156

⁵⁷ Vgl. ebd., S. 147

4. Untersuchungsobjekte

Die Untersuchungsobjekte der vorliegenden Arbeit sind drei von einander unabhängige britische Tageszeitungen. Das Boulevardblatt *The Sun*, die Zeitung der bürgerlichen Mitte *Daily Mail* sowie eine mehr intellektuelle Tageszeitung, die Qualitätszeitung *The Guardian*. Diese drei Zeitungen wurden ausgewählt, da sie drei unterschiedlichen Verlagen und Eigentümern gehören. Alle drei Zeitungen sind politisch verschieden ausgerichtet: *The Sun* populistisch konservativ⁵⁸, *Daily Mail* wertkonservativ⁵⁹ und *The Guardian* intellektuell liberal⁶⁰. Jede der Zeitung erzielt in ihrem Segment große Reichweiten. Zusammen decken die Zeitungen 26,8 Prozent des englischen Marktes ab.⁶¹ Die ebenfalls renommierte Qualitätszeitung *The Times* besitzt den größten Marktanteil der britischen Qualitätszeitungen.⁶² Dennoch komplettiert sie nicht die Untersuchungsobjekte, da sie wie *The Sun* dem Medienkonzern News International von Rupert Murdoch angehört.⁶³ Diese Staffelung der

⁵⁸ Vgl. „Konservativer Medienmacher mit Boulevard-Neigung“. 02.05.2007, In: Wirtschaftswoche, URL: <http://www.wiwo.de/unternehmen-maerkte/konservativer-medienmacher-mit-boulevard-neigung-248794/>

⁵⁹ Vgl. Levine, Tom: „Zeitwende in Großbritannien. Das konservative Blatt „Daily Mail“ verkauft erstmals mehr Exemplare als der linke „Mirror“. 07.10.1998, In: Berliner Zeitung, URL: <http://www.berlinonline.de/berliner-zeitung/archiv/.bin/dump.fcgi/1998/1007/medien/0037/index.html>

⁶⁰ Vgl. „General election 2010: The Liberal Moment Has Come“. 30.04.2010, In: Guardian.co.uk, URL: <http://www.guardian.co.uk/commentisfree/2010/apr/30/the-liberal-moment-has-come>

⁶¹ Vgl. Newspaper Marketing Agency: Newspaper Data – Facts And Figures, URL: <http://www.nmauk.co.uk/nma/do/live/factsAndFigures;jsessionid=F4311C4B4D7B8A73FABF515FD67B6466>

⁶² Vgl. Newspaper Marketing Agency: The Times, URL: <http://www.nmauk.co.uk/nma/do/live/factsAndFigures?newspaperID=20>

⁶³ Vgl. News International: Home, URL: <http://nicommercial.com/>

Untersuchungsobjekte ermöglicht eine komplexe, flächendeckende und repräsentative Analyse. Im folgenden Kapitel werden die einzelnen Untersuchungsobjekte genauer vorgestellt.

4.1. *The Sun*

Die Boulevardzeitung *The Sun* wurde 1964 gegründet um ihren wirtschaftlich erfolglosen Vorgänger *The Daily Herald* zu ersetzen.⁶⁴ Gründer von *The Sun* war der Verlag IPC, International Publishing Corporation, die erste Ausgabe erschien am 15. September 1964.⁶⁵ Der Verlag versprach sich durch die Zeitung eine größere und neue Leserschaft.⁶⁶ Eigentlich war *The Sun* als großformatiges Broad-sheet geplant. Unter Broadsheet versteht man in Großbritannien eine Qualitätszeitung mit hohem journalistischem Anspruch. Doch 1969 erwarb der Medienmogul Rupert Murdoch *The Sun*.⁶⁷ Unter seiner Regie wurde die Zeitung zum Boulevardblatt umgestaltet, einem sogenannten Tabloid, welches in erster Linie mit marktschreierischen, populistischen und teils ausländerfeindlichen Schlagzeilen auftritt.⁶⁸ Von da an wurde *The Sun* zur einflussreichsten und meinungsstärksten britischen Zeitung.⁶⁹ Mit einer Auflage

⁶⁴ Vgl. Douglas, Torin: „Forty years of the Sun“. 14.09.2004, In: BBC news online, URL: http://news.bbc.co.uk/2/hi/uk_news/magazine/3654446.stm

⁶⁵ Vgl. ebd.

⁶⁶ Vgl. Anselmi, , Eduardo: „This Day in History. September 15: The Sun First Published“. 01.09.2009, In: maxim, URL: http://www.maxim.co.uk/features/articles/18268/this_day_in_history.html

⁶⁷ Vgl. Douglas, Torin: „Forty years of the Sun“. 14.09.2004, In: BBC news online, URL: http://news.bbc.co.uk/2/hi/uk_news/magazine/3654446.stm

⁶⁸ Vgl. „Konservativer Medienmacher mit Boulevard-Neigung“. 02.05.2007, In: Wirtschaftswoche, URL: <http://www.wiwo.de/unternehmen-maerkte/konservativer-medienmacher-mit-boulevard-neigung-248794/>

⁶⁹ Vgl. Douglas, Torin: „Forty Years Of The Sun“. 14.09.2004, In: BBC news online, URL: http://news.bbc.co.uk/2/hi/uk_news/magazine/3654446.stm

von knapp unter drei Millionen Exemplaren täglich ist sie die auflagenstärkste britische Tageszeitung.⁷⁰ *The Sun* punktet mit prägnanten Schlagzeilen, ihren skurrilen aber auch grausamen Geschichten sowie den Page 3 Girls, die viel nackte Haut präsentieren.⁷¹ Vergleichbar ist die Zeitung mit der *BILD Zeitung* in Deutschland. Obwohl der Inhalt von *The Sun* eher skandalös ist, besitzt sie sehr großen politischen Einfluss.⁷² Die Zeitung neigt nicht immer in dieselbe politische Richtung. Heute wird der Zeitung vorgeworfen, die konservativen Ansichten des Herausgebers Rupert Murdoch zu unterstützen.⁷³ Zu Beginn verstand sich *The Sun* jedoch als Sprachrohr der Labour Party. Als 1970 die Labour Party an Sympathie verlor, wechselte *The Sun* schnell die politische Seite und unterstützte die Konservativen und somit später Maggie Thatcher, deren kompromisslose Politik mit dem radikalen Aspekt der Zeitung korrelierte.⁷⁴ Obgleich die Zeitung der Labour Party von nun an skeptisch gegenüber stand, unterstützte *The Sun* den populären Labour-Vorsitzenden Tony Blair bei dessen Wahlkampf.⁷⁵

Durch den Abhörskandal der *News of the World* im Sommer 2011 geriet auch *The Sun* in die Kritik, da sie wie auch *News of The World* Teil des Medienkonzerns News International ist. Nachdem Rupert Murdoch die *News of the World* eingestellt hat, ist nun eine Sonntagsausgabe von *The Sun* als Ersatz geplant.⁷⁶

⁷⁰ Vgl. Newspaper Marketing Agency: *The Sun*, URL:

<http://www.nmauk.co.uk/nma/do/live/factsAndFigures?newspaperID=17>

⁷¹ Vgl. Deutsche in London: „Nationale Zeitungen“. 14.11.2009, URL:

<http://www.deutsche-in-london.net/Zeitschriften.334.0.html>

⁷² Vgl. Douglas, Torin: „Forty Years Of The Sun“. 14.09.2004, In: BBC news online, URL: http://news.bbc.co.uk/2/hi/uk_news/magazine/3654446.stm

⁷³ Vgl. ebd.

⁷⁴ Vgl. ebd.

⁷⁵ Vgl. ebd.

⁷⁶ Vgl. O'Reilly, Lara: „Sun On Sunday Set For Launch Following NOTW Closure“. 08.07.2011, In: MarketingWeek, URL:

4.2. *Daily Mail*

Die Zeitung *Daily Mail* wurde am 4. Mai 1896 von dem Journalisten und Verleger Alfred Harmsworth gegründet.⁷⁷ Mit der Gründung der *Daily Mail* wollte Alfred Harmsworth eine Zeitung im Stil der amerikanischen Zeitungen herausbringen.⁷⁸ Dabei sollte eine neue Leserschaft gewonnen werden, die etwas Einfaches, Kürzeres und Lesbares suchte.⁷⁹ Somit war die *Daily Mail* die erste englische Zeitung, die ausschließlich für den mittleren englischen Markt bestimmt war.⁸⁰ Bis heute gilt die Zeitung als die älteste Boulevardzeitung Großbritanniens.⁸¹

Politisch ist die *Daily Mail* ein konservatives Blatt und vertritt eine anti-europäische Haltung.⁸² Sie selbst sieht sich noch heute als Zeitung, welche die Stimme von „middle England“⁸³ vertritt. Zu Zeiten des Zweiten Weltkrieges allerdings unterstützte sie die Ansichten von Adolf Hitler.⁸⁴ In einzelnen Fällen wird die *Daily Mail* deshalb auch als „Daily Heil“⁸⁵ beschimpft.

<http://www.marketingweek.co.uk/sectors/media/sun-on-sunday-set-for-launch-following-notw-closure/3028241.article>

⁷⁷ Vgl. Simkin, John: „Daily Mail, Million Sale. What The Huns Must Do Now“.

URL: <http://www.spartacus.schoolnet.co.uk/Jmail.htm>

⁷⁸ Vgl. ebd.

⁷⁹ Vgl. ebd.

⁸⁰ Vgl. University Of Winchester: „National Newspapers, Daily Mail“. URL:

<http://journalism.winchester.ac.uk/?page=387>

⁸¹ Vgl. Johnson, Bridget: „The British Tabloids“. URL:

<http://worldnews.about.com/od/7/qt/britishtabs.htm>

⁸² Vgl. British Newspapers Online: „Daily Mail“. 15.04.2011, URL:

<http://www.britishpapers.co.uk/midmarket/daily-mail/>

⁸³ Deutsche in London: „Nationale Zeitungen“. 14.11.2009, URL:

<http://www.deutsche-in-london.net/Zeitschriften.334.0.html>

⁸⁴ Vgl. Johnson, Bridget: „The British Tabloids“. URL:

<http://worldnews.about.com/od/7/qt/britishtabs.htm>

⁸⁵ British Newspapers Online: „Daily Mail“. 15.04.2011, URL:

<http://www.britishpapers.co.uk/midmarket/daily-mail/>

Heutzutage erzielt die *Daily Mail* eine Auflage von knapp über zwei Millionen Exemplaren.⁸⁶ Damit belegt sie Platz 12 der auflagenstärksten englischsprachigen Zeitungen in der Welt.⁸⁷ Außerdem erzielt die *Daily Mail* eine Reichweite von 9,4 Prozent.⁸⁸ Somit ist sie in England die auflagenstärkste Zeitung hinter *The Sun*.⁸⁹ Die *Daily Mail* erreichte als erste englische Zeitung den Verkauf von einer Million Exemplaren täglich.⁹⁰ Bemerkenswert an der *Daily Mail* ist, dass sie die einzige nationale Zeitung mit einem höheren Frauen- als Männeranteil hinsichtlich ihrer Leserschaft ist.⁹¹ Frauen machen 53 Prozent der Leserschaft aus.⁹²

4.3. *The Guardian*

Die Qualitätszeitung, die seit 2005 im handlichen Berliner Format erscheint, wurde im Jahre 1821 von John Edward Taylor gegründet.⁹³ Die erste Ausgabe von *The Guardian* erschien am 5. Mai

⁸⁶ Vgl. Newspaper Marketing Agency: Daily Mail, URL:

<http://www.nmauk.co.uk/nma/do/live/factsAndFigures?newspaperID=10>

⁸⁷ Vgl. Johnson, Bridget: „The British Tabloids“. URL:

<http://worldnews.about.com/od/7/qt/britishtabs.htm>

⁸⁸ Vgl. Newspaper Marketing Agency: Daily Mail, URL:

<http://www.nmauk.co.uk/nma/do/live/factsAndFigures?newspaperID=10>

⁸⁹ Vgl. ebd.

⁹⁰ Vgl. Simkin, John: „Daily Mail, Million Sale. What The Huns Must Do Now“.

URL: <http://www.spartacus.schoolnet.co.uk/Jmail.htm>

⁹¹ Vgl. Cole, Peter: „Women Reader: The Never-Ending Search“. 18.09.2005, In:

The Independent, URL: <http://www.independent.co.uk/news/media/women-readers-the-neverending-search-507235.html>

⁹² Vgl. Newspaper Marketing Agency: Daily Mail, URL:

<http://www.nmauk.co.uk/nma/do/live/factsAndFigures?newspaperID=10>

⁹³ Vgl. The Guardian Archive: „History Of The Guardian. A Brief History Of The Guardian Newspaper“. In: Guardian.co.uk, URL:

<http://www.guardian.co.uk/gnm-archive/2002/jun/06/1>

1821.⁹⁴ Taylors Absicht war es, die liberalen Ansichten in der Folgezeit des Peterloo – Massakers zu vertreten.⁹⁵ Damals war die Zeitung noch unter dem Namen *The Manchester Guardian* bekannt. Erst 1959 wurde der Name zu *The Guardian* geändert.⁹⁶ Anfangs erschien die Zeitung nur wöchentlich, ab 1836 mittwochs und samstags und seit 1855 täglich.⁹⁷ *The Guardian* sieht sich heute noch als „the voice of the left“⁹⁸, die Stimme der Linken, Kreativen und Fortschrittlichen.

Heutzutage verbucht die Zeitung eine Auflage von etwas über 250.000 und erzielt eine Marktreichweite von 2,2 Prozent.⁹⁹ Die größten Erfolge hatte die Zeitung in den Jahren 2000 sowie 2011. Im Jahr 2000 ging *The Guardian* das erste Mal online und erzielte sofort hohe Besucherzahlen. Seit 2001 ist *guardian.co.uk* mit über 2,4 Millionen Lesern die beliebteste englische Internetseite für Online-Zeitungen.¹⁰⁰ Hinter der *New York Times* besitzt sie die zweitgrößte Online-Leserschaft englischsprachiger Zeitungen.¹⁰¹ Außer-

⁹⁴ Vgl. The Guardian Archive: „History Of The Guardian. A Brief History Of The Guardian Newspaper“. In: Guardian.co.uk, URL:

<http://www.guardian.co.uk/gnm-archive/2002/jun/06/1>

⁹⁵ Vgl. ebd.

⁹⁶ Vgl. Guardian media group plc: „Funding Universe“. URL:

<http://www.fundinguniverse.com/company-histories/Guardian-Media-Group-plc-Company-History.html>

⁹⁷ Vgl. The Guardian Archive: „History Of The Guardian. A Brief History Of The Guardian Newspaper“. In: Guardian.co.uk, URL:

<http://www.guardian.co.uk/gnm-archive/2002/jun/06/1>

⁹⁸ ebd.

⁹⁹ Vgl. Newspaper Marketing Agency: The Guardian, URL:

<http://www.nmauk.co.uk/nma/do/live/factsAndFigures?newspaperID=12>

¹⁰⁰ Vgl. The Guardian Archive: „History Of The Guardian. A Brief History Of The Guardian Newspaper“. In: Guardian.co.uk, URL:

<http://www.guardian.co.uk/gnm-archive/2002/jun/06/1>

¹⁰¹ Vgl. Reid, David / Teixeira, Tania: „Are People Ready To Pay For Online News?“ 26.02.2010, In: BBC click, URL:

http://news.bbc.co.uk/2/hi/programmes/click_online/8537519.stm

dem konnte sich *The Guardian* durch die regelmäßige Zusammenarbeit mit *WikiLeaks* und die Veröffentlichung geheimer Informationen, zuletzt die diplomatischen Protokolle von US-Politikern, einen noch größeren Namen auf dem nationalen und internationalen Markt machen.¹⁰² 2011 wurde *The Guardian* zur Zeitung des Jahres in England gewählt.¹⁰³

¹⁰² Vgl. Guardian Staff: „Press Awards 2011: Guardian Wins Newspaper Of The Year“. 06.05.2011, In: Gueardian.co.uk, URL: <http://www.guardian.co.uk/media/2011/apr/06/press-awards-2011-guardian-newspaper-of-the-year>

¹⁰³ Vgl. ebd.

5. Untersuchungsprozess

Bei der vorliegenden Studie wurde die Methode der Medieninhaltsanalyse verwendet. Erhebungsinstrument dieser Studie ist das auf dem Codebuch basierende Kategoriensystem. In den folgenden Unterpunkten wird der Untersuchungsprozess in seinen einzelnen Bestandteilen detailliert vorgestellt.

5.1. Forschungsleitende Fragen und Hypothesen

Die forschungsleitenden Fragen umfassen die Berichterstattung und Darstellung der Deutschen und Deutschlands in ausgewählten englischen Printmedien. Es wird insbesondere untersucht, ob sich das dort gezeichnete Bild der Deutschen und von Deutschland durch die Fußballweltmeisterschaft 2006, die in Deutschland als sogenanntes Sommermärchen mit positiver Ausstrahlung gewertet wird, verändert hat. Um die forschungsleitenden Fragen bearbeiten zu können, wurden die Untersuchungsobjekte anhand folgender Fragen und den dazugehörigen Hypothesen untersucht.

Fragestellungen:

1. Hat sich durch die Fußballweltmeisterschaft 2006 das Bild Deutschlands im Sportteil der englischen Printmedien verändert?
2. Wird über Deutschland und die Deutschen aufgrund der Fußballweltmeisterschaft 2006 häufiger im Sportteil berichtet?
3. Werden während und nach der Fußballweltmeisterschaft 2006 viele Stereotypen für Deutschland und die Deutschen im Sportteil verwendet?

4. Ist die Darstellung Deutschlands im Sportteil abhängig von der sportlichen Leistung der deutschen Nationalmannschaft?
5. Wird Deutschland im Sportteil in Verbindung mit Krieg, Nationalsozialismus oder negativen Personen gebracht?

Hypothesen:

- A. Durch die Fußballweltmeisterschaft 2006 hat sich das Bild Deutschlands im Sportteil der englischen Printmedien zum Positiven verändert.
- B. Es werden mehr Artikel über Deutschland und die Deutschen aufgrund der Fußballweltmeisterschaft 2006 im Sportteil verfasst.
- C. Während und nach der Fußballweltmeisterschaft 2006 werden kaum noch übliche Stereotypen für Deutschland oder die Deutschen verwendet.
- D. Je erfolgreicher die Leistung der Deutschen Nationalmannschaft, desto positiver wird über Deutschland berichtet.
- E. Krieg, Nationalsozialismus oder negative Personenvergleiche werden während und nach der Weltmeisterschaft kaum noch in der Sportberichterstattung mit Deutschland in Verbindung gebracht.

5.2. Auswahlinheit, Analyseinheit und Untersuchungszeitraum

Die Auswahlinheit für die vorliegende Medieninhaltsanalyse beläuft sich auf alle Artikel, die das Thema Fußballweltmeisterschaft 2006 in Verbindung mit Deutschland bzw. der Deutschen Nationalmannschaft betreffen. Dabei wurde der Untersuchungszeitraum exakt definiert und eingegrenzt. Insgesamt gibt es drei Untersuchungszeiträume. Der erste Untersuchungszeitraum bezieht sich auf die zwei Wochen vor der Weltmeisterschaft 2006. Untersuchungszeitraum 2 beläuft sich auf die Weltmeisterschaft vom 9. Juni 2006 bis zum 9. Juli 2006. Hier wurden nur die Ausgaben jeweils einen Tag nach einem Deutschlandspiel als Untersuchungsgegenstand definiert. Als dritter und letzter Untersuchungszeitraum werden zwei Wochen nach der Weltmeisterschaft definiert.

Um einer unüberschaubaren und uferlosen Auswahlinheit entgegen zu wirken, wurde nur das Ressort Sport betrachtet. Ausnahmen wurden diesbezüglich bei der *Daily Mail* und *The Sun* gemacht. Bei beiden Zeitungen wird Sportliches nicht nur im Sportressort, sondern auch auf anderen Seiten thematisiert, da es keine konsequente Ressorteinteilung gibt. Deswegen wird bei der *Daily Mail* und *The Sun* jede Seite berücksichtigt und die dort erscheinenden Sportthemen dem Ressort Sport zugeordnet.

Außerdem wird bei beiden Zeitungen die Rückseite der Zeitung, die letzte Seite, gleichwertig zu der Titelseite des Ressorts Sport behandelt. Zudem wird bei allen der drei Zeitungen die Titelseite mit in Betracht gezogen.

5.3. Kategorien

Die Kategorienbildung strukturiert sich größtenteils durch die Forschungsfragen und die daraus resultierenden Hypothesen.¹⁰⁴ Die Definition der Kategorien dient der exakten Untersuchung des Sachverhalts. Hierbei wird zwischen deduktiver und induktiver Kategorisierung unterschieden.¹⁰⁵ Deduktive Kategorienbildung bedeutet, dass vor Sichtung des Untersuchungsmaterials Kategoriestrukturen gebildet werden.¹⁰⁶ Bei der induktiven Kategorienbildung werden erst alle Untersuchungsobjekte auf bestimmte Elemente untersucht. Anschließend werden diese zusammengefasst, um daraus Kategorien zu entwickeln.¹⁰⁷ In der vorliegenden Studie wird eine Kombination aus deduktiver und induktiver Kategorienbildung gewählt. Somit wird auf der einen Seite „möglichst systematisches und theoriegeleitetes Arbeiten gesichert, andererseits die spezifische Offenheit qualitativer Methodik sinnvoll genutzt“.¹⁰⁸

Im folgendem Kapitel wird das entwickelte Kategoriensystem genauer vorgestellt. In diesem Fall wurden drei Variablenblöcke entwickelt. Für genaue Angaben und Reihenfolge der Variablen dient das im Anhang befindliche Codebuch als Leitfaden.

Allgemeines:

In den vorliegenden Variablenblock fallen alle Variablen, die den Betrachtungsgrad und die Art des Artikels definieren. Folgende Variablen liegen diesem Block zugrunde: Medium, Datum, Seite, Betrachtungsgrad und Darstellungsform des Artikels. Beim Betrachtungsgrad wird zwischen der Aufmachung der einzelnen Zeitungen

¹⁰⁴ Vgl. Früh, 2001, Kategorienexploration, S. 117

¹⁰⁵ Vgl. Wagner, 2009, Qualitative Methoden, S. 342

¹⁰⁶ Vgl. ebd., S. 344

¹⁰⁷ Vgl. ebd., S. 342

¹⁰⁸ Vgl. ebd., S. 346

differenziert. Laut Codebuch wird der höchste Betrachtungsgrad einem Hauptaufmacher auf der Titelseite zugeordnet. Danach folgen sonstige Artikel der Titelseite. Betrachtungsgrad 3 wird Artikeln auf der Titelseite des Sportressorts zugewiesen. Hier wird auch die Betrachtung unterschiedlicher Seiten bei den verschiedenen Zeitungen deutlich. Bei den Boulevardblättern *The Sun* und der *Daily Mail* zählt auch die letzte Seite gleichwertig zum Betrachtungsgrad 3. Betrachtungsgrad 4 deckt mehrspaltige Artikel im Ressort Sport ab, und Betrachtungsgrad 5 sonstige Artikel im Ressort Sport, die wieder einheitlich betrachtet werden.

Sprache:

Anhand des Variablenblocks „Sprache“ werden diverse Merkmale analysiert um einschätzen zu können, wie bestimmte Artikel von den Lesern aufgefasst werden sollen und welche mögliche Einstellung der Autor selbst vertritt. Folgende Variablen enthält dieser Block: Wortspiele, Superlative, sensationelle Begriffe und Schreibstil. In diesem Variablenblock wurde die Messung per Skalenniveau vorgenommen. Fast alle Variablen wurden nominal skaliert.¹⁰⁹ Zur Erfassung der sensationellen Begriffe wurde die Ordinalskala angewendet.

Bildsprache:

Die Kategorie „Bildsprache“ nimmt einen eher geringen Raum ein, dennoch wird sie bei der vorliegenden Studie berücksichtigt, da die Bildsprache neben den generell sprachlichen Aspekten weitere Emotionen bei den Lesern weckt. Dies wurde ordinal skaliert.

¹⁰⁹ Vgl. Mayring, Inhaltsanalyse, 1995, S. 17

Inhalt:

Der Variablenblock „Inhalt“ ist für die vorliegende Studie essentiell. Hier wurde anhand ausgewählter Variablen die Botschaft der verschiedenen Artikel sowie die Einstellung des Autors analysiert. Auch hier wurde wieder mit den Instrumenten der Nominalskala und der Ordinalskala operiert. Folgende Variablen wurden in diesem Variablenblock nominal skaliert: Nennung des Begriffs Nazi, Verbindung mit Krieg, Begriff Deutschland, Stereotypen. Mittels einer Ordinalskalierung wurden diese Variablen gemessen: Personenvergleich, Sportliche Leistung, Emotionalität des Artikels.

Persönlicher Eindruck:

Der Variablenblock „Persönlicher Eindruck“ unterscheidet sich von den vorhergehenden. Hier wird eine rein subjektive Messung vorgenommen, da die Einschätzung des Codierers eigene Relevanz erhalten soll. In den englischen Printmedien wird oft mit versteckten Nachrichten und Emotionen gearbeitet, weshalb diese Faktoren neben dem Schreibstil (Sprache) und der Emotionalität des Artikels (Inhalt) mit diesem Variablenblock auch erfasst werden sollen.

6. Datenauswertung

In der vorliegenden Studie wurden insgesamt 92 Artikel untersucht, davon 39 Artikel im ersten Untersuchungszeitraum, 46 Artikel im zweiten Untersuchungszeitraum und sieben Artikel im dritten Untersuchungszeitraum. Die Verteilung der Artikel auf die einzelnen Zeitungen erschließt sich aus der unten stehenden Tabelle.

Zeitung	U1	U2	U3	Gesamt
The Sun	18	17	2	37
Daily Mail	8	12	3	23
The Guardian	13	17	2	32
Gesamt	39	46	7	

Tabelle 1: Aufteilung aller Artikel in den jeweiligen Untersuchungszeiträumen

6.1. Allgemein

Nachfolgend wird auf den Betrachtungsgrad sowie die Darstellungsform der Artikel eingegangen.

6.1.1. Betrachtungsgrad

Der Betrachtungsgrad verleiht den einzelnen Artikeln eine Gewichtung. Je deutlicher ein Artikel platziert ist, desto mehr Beachtung wird diesem geschenkt. Der Leser soll demnach darauf aufmerksam gemacht werden. Obwohl die einzelnen Untersuchungsobjekte unabhängige Berichterstattung liefern und auch verschiedene politische Ansichten vertreten, liegt der Betrachtungsgrad der Artikel in

den einzelnen Untersuchungszeiträumen ungefähr im gleichen Bereich. In den folgenden Tabellen kann der zugeteilte Betrachtungsgrad der einzelnen Artikel entnommen werden

The Sun	U1	U2	U3
Titelseite: Hauptaufmacher	-	-	-
Titelseite: sonstiger Artikel	-	1	-
Ressort Sport: Titelseite = letzte Seite (<i>The Sun</i> und <i>Daily Mail</i>)	-	3	-
Ressort Sport: mehrspaltiger Artikel mit Bild	9	11	-
Ressort Sport: sonstiger Artikel	9	2	2

Tabelle 2: Anzahl der Artikel und der dazugehörige Betrachtungsgrad *The Sun*

Daily Mail	U1	U2	U3
Titelseite: Hauptaufmacher	-	-	-
Titelseite: sonstiger Artikel	-	1	-
Ressort Sport: Titelseite = letzte Seite (<i>The Sun</i> und <i>Daily Mail</i>)	-	1	-
Ressort Sport: mehrspaltiger Artikel mit Bild	6	10	3
Ressort Sport: sonstiger Artikel	2	-	-

Tabelle 3: Anzahl der Artikel und der dazugehörige Betrachtungsgrad *Daily Mail*

The Guardian	U1	U2	U3
Titelseite: Hauptaufmacher	-	1	-
Titelseite: son- stiger Artikel	1	-	-
Ressort Sport: Titelseite = letz- te Seite (<i>The Sun</i> und <i>Daily Mail</i>)	1	3	1
Ressort Sport: mehrspaltiger Artikel mit Bild	6	9	1
Ressort Sport: sonstiger Artikel	5	4	-

Tabelle 4: Anzahl der Artikel und der dazugehörige Betrachtungsgrad *The Guardian*

In den Tabellen 2 bis 4 wird deutlich, dass sich der Betrachtungsgrad und somit die Gewichtung der einzelnen Artikel bei allen Untersuchungsobjekten im zweiten Untersuchungszeitraum erheblich ansteigt und zum dritten Zeitraum wieder abschwächt. Im Vergleich zur Vorberichterstattung im ersten Untersuchungszeitraum (5,1 Prozent der gesamten Artikel in U1) sind im zweiten Zeitraum viermal so viele Artikel mit einem höheren Betrachtungsgrad wie zum Beispiel auf der Titelseite im Ressort Sport oder Titelseite allgemein (21,7 Prozent der gesamten Artikel in U2). Es wird also während der Fußballweltmeisterschaft von der Platzierung her deutlich mehr Interesse an Artikeln über die deutsche Nationalmannschaft gezeigt als davor oder danach.

6.1.2. Darstellungsform

Die meisten untersuchten Artikel waren entweder kurze und prägnante Nachrichten oder ausführliche (Spiel-)Berichte. Außerdem ist

zu vermerken, dass sowohl in der Qualitätszeitung *The Guardian* als auch in der *Daily Mail* mehrere Kommentare veröffentlicht wurden. Das Boulevardblatt *The Sun* hingegen konzentrierte sich vorwiegend auf sensationsgeladene Nachrichten. Ausführliche Berichte, aber auch meinungsbildende Kommentare deuten grundsätzlich auf größeres Interesse und auf mehr Aufmerksamkeit hin.

Darstellung	The Sun			Daily Mail			The Guardian		
	U1	U2	U3	U1	U2	U3	U1	U2	U3
Nachricht	4	8	2	2	1	1	5	3	1
Bericht	8	8	-	1	6	1	2	11	1
Kommentar	1	1	-	3	2	1	2	3	-
Andere	5	-	-	2	3	-	4	1	-

Tabelle 5: Darstellungsform aller Artikel

Vor der Fußballweltmeisterschaft wurden insgesamt gleich viele Artikel in Form von Nachricht (11) und ausführlichem Bericht (11) verfasst, wenn es um die deutsche Nationalmannschaft ging. Durch die Weltmeisterschaft jedoch nahm das allgemeine Interesse an den Deutschen zu. 54,3 Prozent der verfassten Artikel im Untersuchungszeitraum 2 waren nun Berichte, die sich ausführlich mit der Deutschen Nationalmannschaft aber auch Deutschland befassten (U1=28,2 Prozent). Es wird den Deutschen mehr Aufmerksamkeit geschenkt. Nach der Weltmeisterschaft nahm das Interesse wieder ab. In der Nachberichterstattung setzten sich 57,1 Prozent der Artikel aus Nachrichten zusammen und nur 28,6 Prozent waren Berichte.

6.2. Sprache

Die Untersuchungsobjekte wurden auch auf sprachliche Aspekte erforscht, die dem Leser auffallen und bestimmte Emotionen wecken sollen.

6.2.1. Wortspiele

Das Stilmittel Wortspiel wird sehr intensiv in britischen Printmedien eingesetzt, entweder in Überschriften oder als Aufhänger im Text. In der nachfolgenden Tabelle wird deutlich, dass vor allem die Boulevard Zeitung *The Sun* von diesem Stilmittel häufig Gebrauch macht. In den meisten Fällen werden Wortspiele verwendet um einen Artikel sensationell wirken zu lassen, wie beispielsweise ein Artikel in der Ausgabe von *The Sun* am 09.06.2006 mit dem Titel „Klin´s Got a Lucky Schwein“¹¹⁰. Zudem werden in einer Zeitung wie *The Sun* Wortspiele auch mit der Absicht eingesetzt, etwas lächerlich wirken zu lassen beispielsweise bei „Wurst Nightmare“¹¹¹.

Untersuchungsobjekte	U1	U2	U3
The Sun	7	8	0
Daily Mail	1	2	0
The Guardian	0	0	0

Tabelle 6: Anzahl der Artikel die Wortspiel beinhalten

Im gesamten Untersuchungszeitraum haben die Untersuchungsobjekte in 18 Artikeln Wortspiele (19,6 Prozent der gesamten Artikel) angewendet. Die meisten dieser Artikel waren in *The Sun* zu fin-

¹¹⁰ Kidd, David: „Klin´s Got A Lucky Schwein“. In: *The Sun*, Nr.137, v. 09.06.2006, S. 92 f.

¹¹¹ „Wurst Nightmare“. In: *The Sun*, Nr. 159, v. 05.07.2006, S.1

den, insgesamt 15. Exemplarisch dafür stehen „Winsmann“¹¹², „Ballack ´n Blue“¹¹³ und „Ballack in Klose call“¹¹⁴. Davon wurde das Stilmittel nur zweimal eingesetzt, um etwas lächerlich wirken zu lassen. Ein Beispiel hierfür ist „They think it´s all uber...it is now“¹¹⁵. Während die *Daily Mail* im gesamten Untersuchungszeitraum drei Wortspiele verwendete, erschien in der Zeitung *The Guardian* kein einziges. Bereits vor der Weltmeisterschaft finden Wortspiele häufig Anwendung, insgesamt acht Artikel (44,4 Prozent aller Artikel mit Wortspielen). Während der Weltmeisterschaft gab es 10 Artikel, die dieses Stilmittel gebraucht haben. Daher kann gesagt werden, dass keine große Veränderung hinsichtlich der Verwendung von Wortspiel in der Aufmerksamkeit des Lesers zu erkennen war.

6.2.2. Sensationelle Begriffe

Neben dem Wortspiel wurden die Objekte auch hinsichtlich sensationeller Begriffe untersucht. Anhand der untenstehenden Abbildungen ist deutlich zu erkennen, dass es keine Artikel mit positiven sensationellen Begriffen vor der Weltmeisterschaft gab, sondern nur negativ besetzte wie „haywire“¹¹⁶, „no-hopers“¹¹⁷ und „boy-

¹¹² „Winsmann“. In: *The Sun*, Nr. 159, v. 05.07.2006, S. 91

¹¹³ Kidd, Dave: „Ballack ´N Blue! Crooked Skipper Fears German KO“. In: *The Sun*, Nr. 135, v. 07.06.2006, S.55

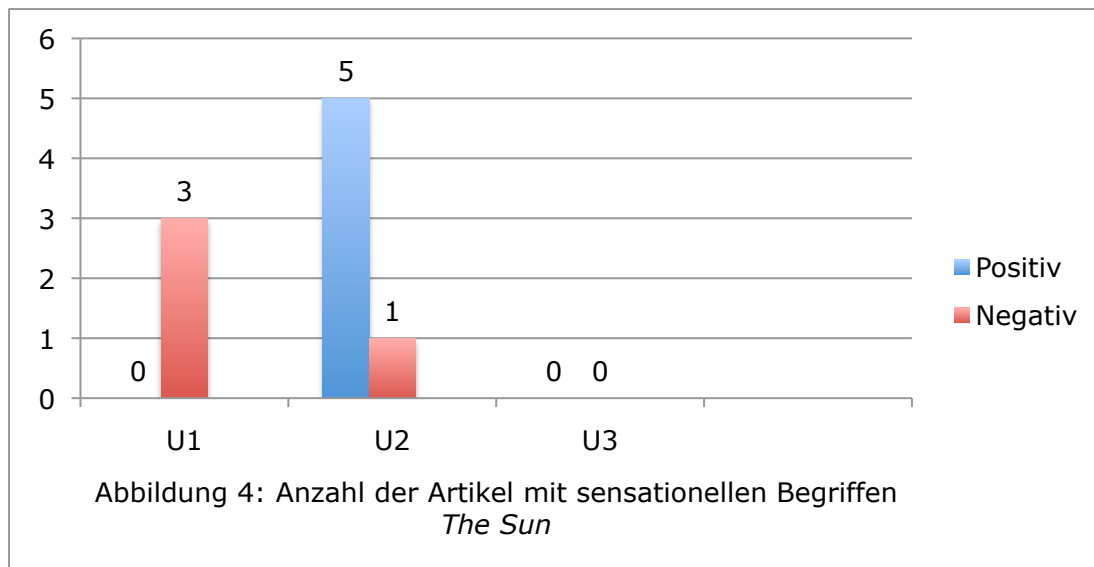
¹¹⁴ „Ballack In Klose Call“. In: *The Sun SuperGoals*, Nr. 129, v. 31.05.2006, S. 3

¹¹⁵ Curtis, Neil: „They Think It´s All Uber...It Is Now! Dream Dies For Jens And Co“. In: *The Sun SuperGoals*, Nr. 159, v. 05.07.2006, S.1

¹¹⁶ Powell, Jeff: „Jurgen´s Men Wobble On. Herr-raising Opener As Germany Rock But Roll To A Record Victory“. In: *Daily Mail*, Nr. 138, v. 10.06.2006, S. 114 f.

¹¹⁷ Edwards, John: „We Are Tough Enough To Last, Says Jurgen“. In: *Daily Mail*, Nr. 127, v. 29.05.2006, S. 77

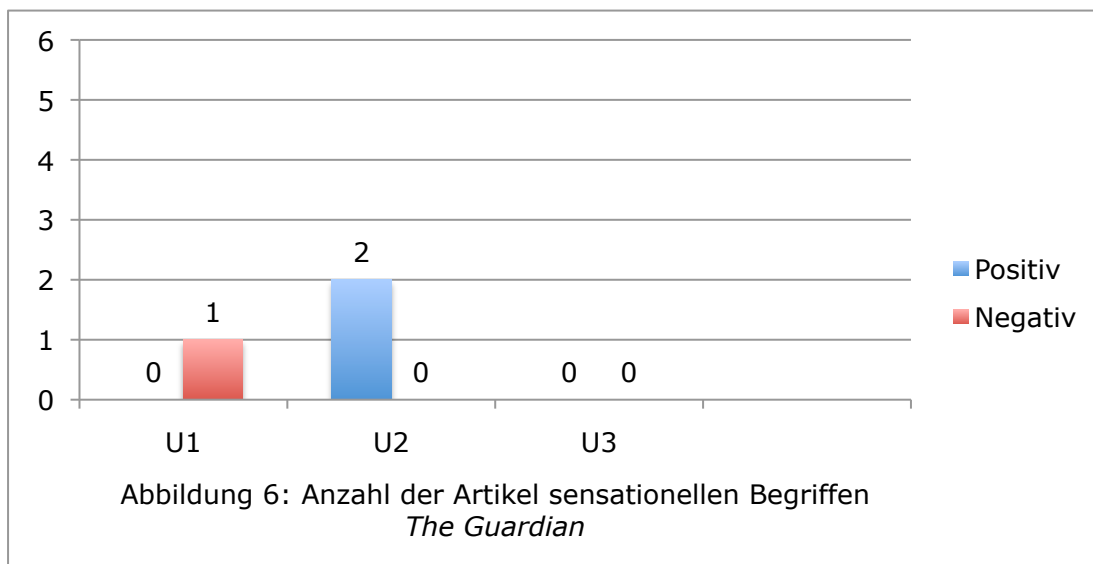
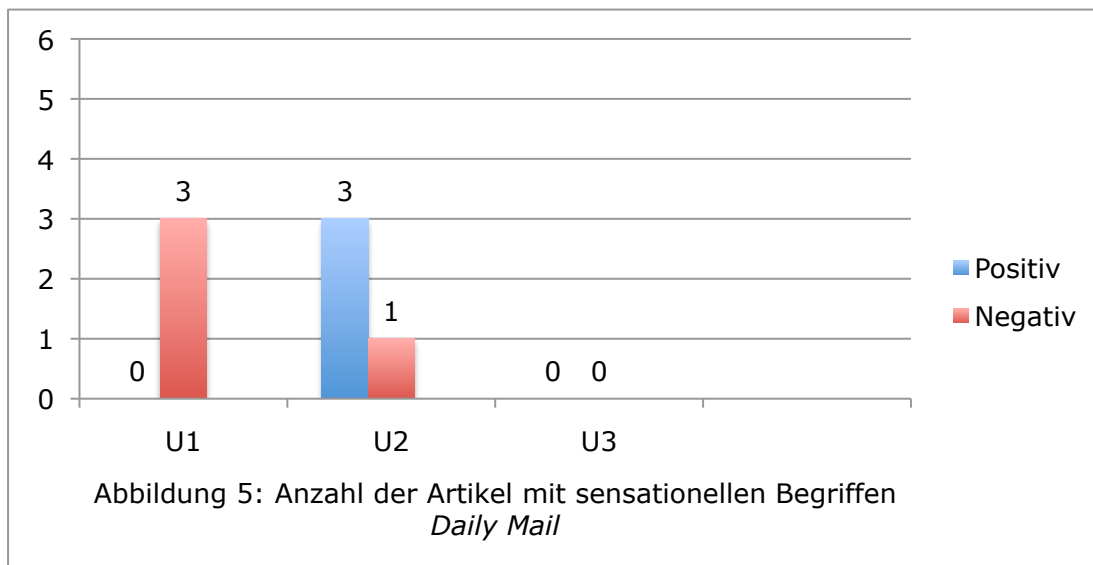
cott¹¹⁸. Erst mit der Fußballweltmeisterschaft wurden Artikel verfasst in denen positive sensationelle Begriffe wie „hero“¹¹⁹ oder „glory“¹²⁰, benutzt wurden. Die Qualitätszeitung *The Guardian* ist das einzige Untersuchungsobjekt, bei dem während der Weltmeisterschaft keine Artikel mit negativen sensationellen Begriffen erfasst werden konnten.



¹¹⁸ McRae, Donald: „Fear Darkens The German Dream Of A World Party. A Journey Through The Host Nation Reveals High Hopes For A Joyous Month Tinged By Political Tensions“. In: *The Guardian*, Nr. 133, v. 05.06.2006, S. 10

¹¹⁹ Kidd, Dave: „First World Four. Klin ´s Men Go Goal Mad In Epic Opener“. In: *The Sun SuperGoals*, Nr. 138, v. 10.06.2006, S. 2 f.

¹²⁰ Walker, Michael: „Lehmann ´s Penalty Heroics Send Germany Raptures“. In: *The Guardian*, Nr. 156, v. 01.07.2006, S. 10 f.



Bei den Untersuchungsobjekten während der Fußballweltmeisterschaft wurden deutlich mehr Artikel (fünfmal so viel) mit positiven sensationellen Begriffen erfasst als mit negativen sensationellen Begriffen, in absoluten Zahlen ein Plus von acht Artikeln. Während der Fußballweltmeisterschaft waren 83,3 Prozent der Artikel mit sensationellen Begriffen positiver Natur.

6.2.3. Superlative

Neben sensationellen Begriffen sorgen auch Superlative für Emotionen. Vor allem die Boulevardzeitung *The Sun* ist für die Benutzung von Superlativen und emotionsreiche Texte bekannt.¹²¹ Qualitätszeitungen wie *The Guardian* publizieren eher sachliche Texte.¹²²

Untersuchungsobjekte	U1	U2	U3
The Sun	6	13	0
Daily Mail	5	7	2
The Guardian	4	7	0

Tabelle 7: Anzahl der Artikel mit Superlativen

Deutlich zu erkennen ist, dass während der Weltmeisterschaft mehr Artikel mit Superlativen wie „massive“¹²³, „awesome“¹²⁴, „finest“¹²⁵ und somit emotionsreichere Artikel verfasst wurden als davor oder danach. Dies trifft bis auf die Zeitung *Daily Mail* auf alle Untersuchungsobjekte zu. Die *Daily Mail* verfasste durchweg viele Artikel mit der Verwendung von Superlativen. Somit werden im zweiten Untersuchungszeitraum 20,2 Prozent mehr Artikel mit Superlativen verfasst als im ersten Zeitraum und 30,1 Prozent mehr als im dritten.

¹²¹ Vgl. Abbildung 7: Anzahl der Artikel und Schreibstil *The Sun*

¹²² Vgl. Abbildung 9: Anzahl der Artikel und Schreibstil *The Guardian*

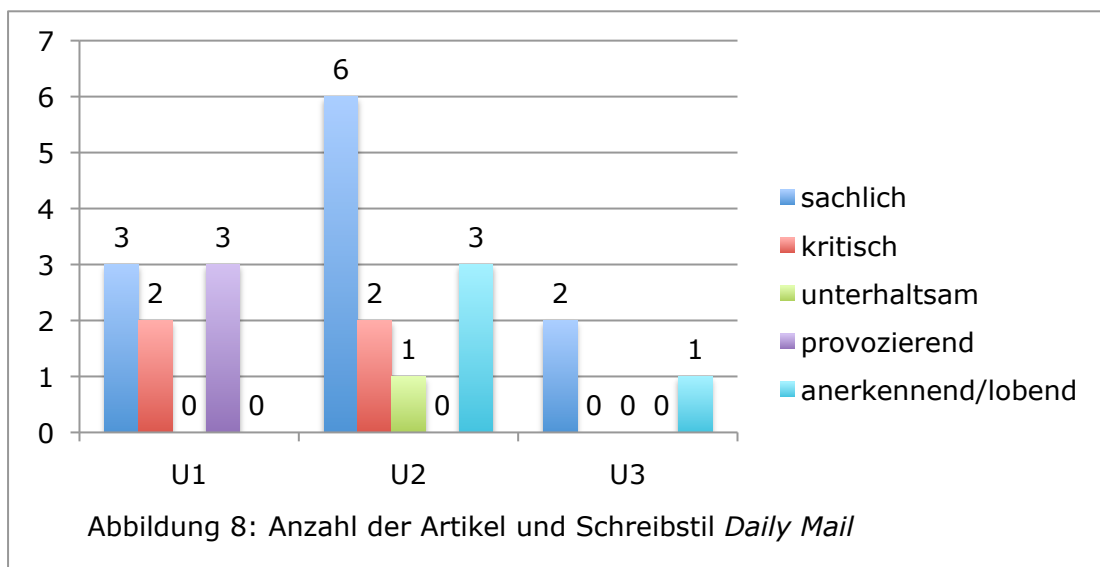
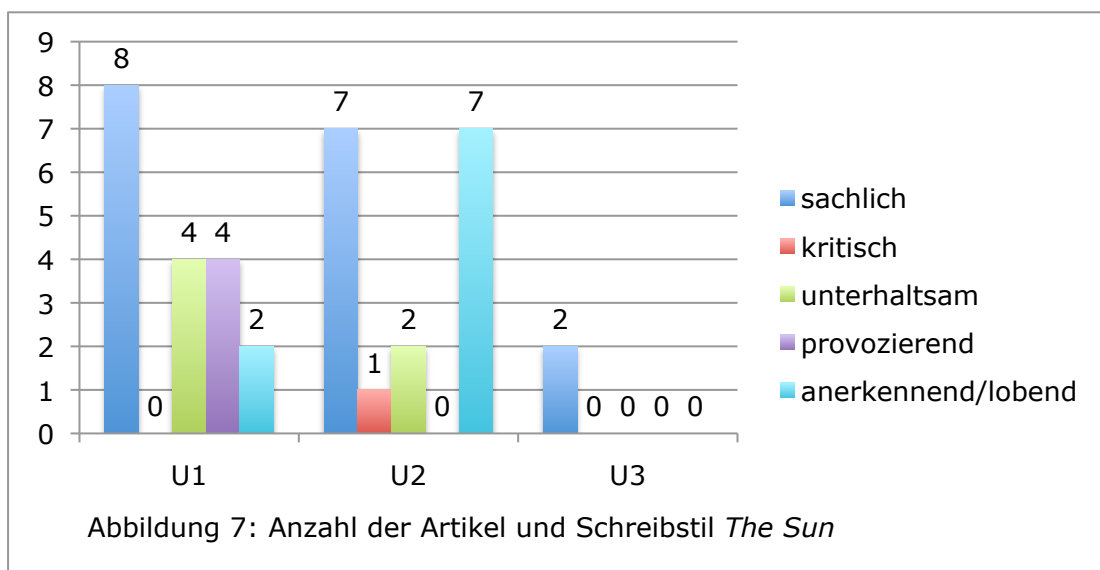
¹²³ Kidd, Dave: „Thank God Germany Are Not Up Next. Chris Waddle On England’s Sorry Show“. In: *The Sun*, nr. 147, v. 21.06.2006, S. 63

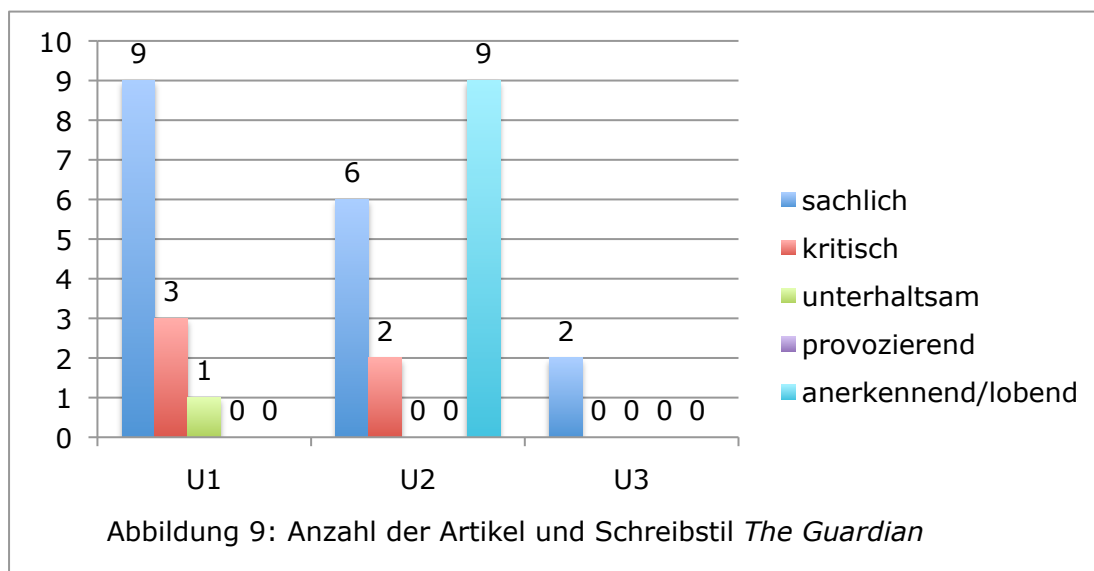
¹²⁴ Curry, Steve: „Klinsmann Confounds The Critics And Puts Germany In Party Mood“. In: *Daily Mail*, Nr. 151, v. 26.06.2006, S. 88 f.

¹²⁵ Brodtkin, Jon: „Podolski and Klose Give Germany The Weaponary To Keep Party In Full Swing“. In: *The Guardian*, Nr. 151, v. 26.06.2006, S. 9

6.2.4. Schreibstil

Wie bereits oben angedeutet sind die stilistischen Merkmale der Untersuchungsobjekte verschieden. Für die vorliegende Studie wurde eine Zuordnung der einzelnen Artikel zu bestimmten Schreibstilen vorgenommen. Anhand der einzelnen Schreibstile können die Emotionen und die Einstellung gegenüber Deutschland und den Deutschen bzw. der deutschen Nationalmannschaft gemessen werden.





Hier wird deutlich aufgezeigt, dass der sachliche Schreibstil bei allen Untersuchungsobjekten sehr dominant ist. In den einzelnen Untersuchungszeiträumen sind die meisten Artikel dem sachlichen Schreibstil zuzuordnen (U1=51,3 Prozent, U2=41,3 Prozent, U3=85,7 Prozent). Die Anzahl von anerkennenden und lobenden Artikeln nimmt mit der Fußballweltmeisterschaft zu. Im zweiten Untersuchungszeitraum gibt es mit insgesamt 41,3 Prozent lobender und anerkennender Artikel achtmal mehr Veröffentlichungen in diesem Schreibstil als im Untersuchungszeitraum 1 (5,1 Prozent). Kritische und provozierende Schreibstile sind - im Gegensatz zu vor der Weltmeisterschaft - nach dem Turnier nicht mehr zu vermerken. Es wird daher deutlich, dass sich mit der Weltmeisterschaft die Einstellung gegenüber Deutschland zum Positiven verändert hat.

6.3. Bildsprache

Die Kategorie Bildsprache nimmt nur einen kleinen Teil der Analyse ein, wie bereits in Kapitel 5 erwähnt. Bei allen Untersuchungsobjekten sind die Bilder meist sehr sachlich gehalten oder sind pas-

send zu Form und Aussage des Artikels. Kein Bild und keine Abbildung haben sich stark genug abgehoben, dass ein Unterschied zu den Artikeln zu erkennen wäre.

Darstellung	The Sun			Daily Mail			The Guardian		
	U1	U2	U3	U1	U2	U3	U1	U2	U3
Sachlich	10	9	-	4	11	3	5	8	1
Kritisch	-	1	-	1	1	-	-	2	-
Unterhaltsam	2	2	-	-	-	-	1	-	-
Provozierend	1	-	-	1	-	-	-	-	-
Anerkennend	-	4	-	-	-	-	-	3	-

Tabelle 8: Anzahl Bilder und deren Darstellung

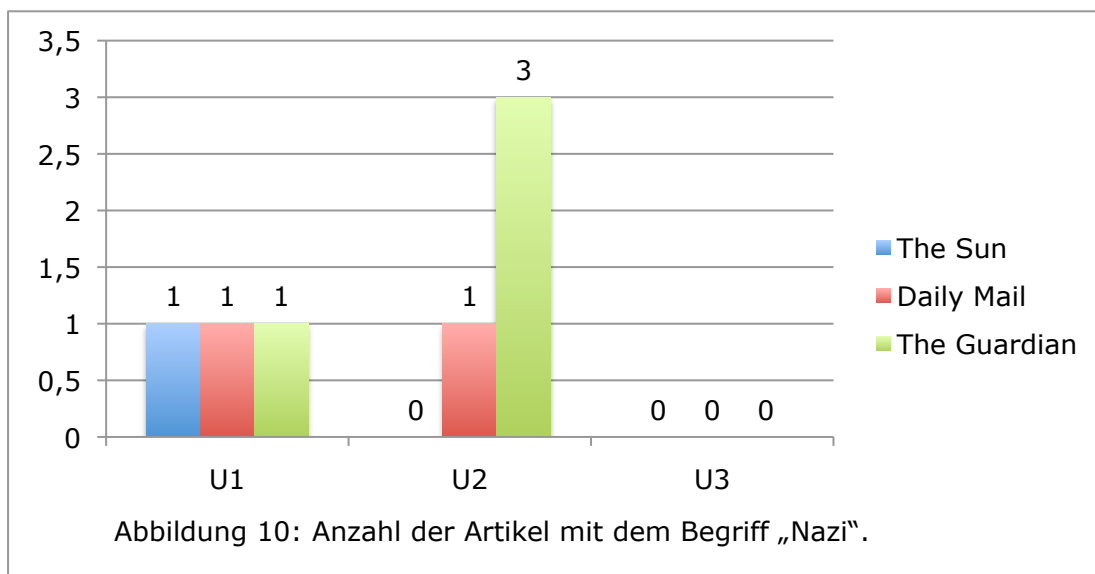
6.4. Inhalt

Die Kategorie Inhalt übernimmt den wichtigsten und größten Teil der Analyse. Im Folgenden werden die einzelnen Variablen ausgewertet.

6.4.1. Begriff „Nazi“

Die Verbindung der Deutschen und Deutschlands zum Nationalsozialismus ist ein häufiger Bestandteil englischer Berichterstattung. Diese Verbindung wirft einen negativen Schatten auf das Deutschland-Bild. In der vorliegenden Studie wurden die Untersuchungsobjekte mit den einzelnen Artikeln auf die Nennung des Begriffes „Nazi“ untersucht. Anhand der unten dargestellten Abbildung erkennt man genau, dass in dem ersten Untersuchungszeitraum alle Untersuchungsobjekte und im zweiten Zeitraum zwei Objekte mindestens einen Artikel mit dem Begriff „Nazi“ beinhaltet haben. Im

dritten Untersuchungszeitraum werden keine Artikel diesbezüglich erfasst.



6.4.2. Verbindung mit Krieg

Auch die immer wieder auftretende Verbindung von Deutschland zum Zweiten Weltkrieg kann man als Stilmittel der englischen Presse bezeichnen. In der folgenden Tabelle wird erfasst, in wie vielen Artikeln der einzelnen Untersuchungsobjekte eine Verbindung zu Krieg hergestellt wird.

Untersuchungsobjekte	U1	U2	U3
The Sun	1	2	0
Daily Mail	3	4	0
The Guardian	4	2	0

Tabelle 9: Anzahl der Artikel mit Verbindung zu Krieg

Hier wird deutlich, dass sowohl vor als auch während der Fußballweltmeisterschaft mindestens ein Artikel von jedem Untersuchungsobjekt eine Verbindung zwischen Deutschland und dem Zweiten Weltkrieg herstellt. Auch wenn bei Betrachtung der absolu-

ten Zahlen in Untersuchungszeitraum 1 und 2 gleich viele Nennungen zu verzeichnen sind, wird im Verhältnis zu den gesamten Artikeln in den jeweiligen Untersuchungszeiträumen die Beziehung zu Krieg jedoch vor der Weltmeisterschaft um 3,1 Prozent häufiger hergestellt als während der Weltmeisterschaft.

6.4.3. Begriff Deutschland

Um etwas über die Anzahl von Artikeln über Deutschland zu erfahren, wurde neben der reinen Messung der Anzahl von Artikeln in den einzelnen Untersuchungszeiträumen auch erfasst, wie häufig Deutschland oder die Deutschen in den einzelnen Artikeln genannt werden. Die folgende Tabelle stellt dies dar.

Untersuchungsobjekte	U1	U2	U3
The Sun	62	83	5
Daily Mail	55	95	18
The Guardian	127	138	20

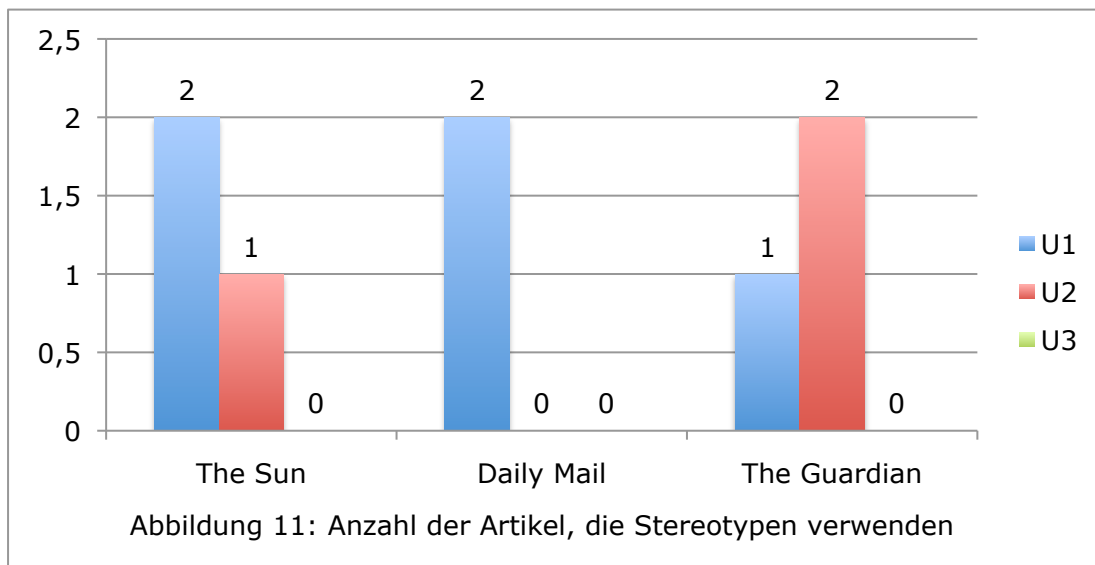
Tabelle 10: Nennung Deutschland in allen Artikeln

Bei allen Untersuchungsobjekten wird während der Fußballweltmeisterschaft das Wort Deutschland häufiger als davor oder danach verwendet. Insgesamt betrachtet wird Deutschland 29,5 Prozent häufiger im zweiten Untersuchungszeitraum genannt als im ersten. Auffallend ist, dass *The Guardian* um einiges häufiger den Begriff Deutschland verwendet als die beiden anderen Zeitungen. Dies kann man darauf zurückführen, dass *The Guardian* ausführlichere Berichte und längere Kommentare aufweist als die anderen zwei Untersuchungsobjekte.¹²⁶

¹²⁶ Vgl. Tabelle 5: Darstellungsform aller Artikel

6.4.4. Stereotypen

Das Deutschland-Bild wird neben Kriegsanekdoten auch häufig von Stereotypen bestimmt.¹²⁷ Ob zur Fußballweltmeisterschaft 2006 überhaupt klassische Stereotypen für Deutsche im Zusammenhang mit der Nationalmannschaft verwendet werden, kann der Abbildung 11 entnommen werden.



In acht von insgesamt 92 untersuchten Artikeln gab es eine Nennung von Stereotypen wie das Auslegen von Handtüchern, um sich die besten Plätze zu reservieren.¹²⁸ Die meisten, fünf, im ersten Untersuchungszeitraum, etwa halb so viele, drei, im zweiten und keine im dritten. Auch im Verhältnis zu den gesamten Artikeln in jedem Untersuchungszeitraum zeigt es sich, dass die Nutzung von Stereotypen vom ersten Zeitraum (12,8 Prozent) zum zweiten (6,5 Prozent) um die Hälfte zurückgeht.

¹²⁷ Vgl. Diebel, Frank Heinz: „Hitlers langer Schatten“. URL: <http://paraplue.de/archiv/uebertragungen/klischees/>

¹²⁸ Macadam, Harry: „The Sun Puts Down Beach Towel For The World Cup Final. It's Only 7.578 Square Feet“. In: The Sun, Nr. 135, v. 07.06.2006, S. 30 f.

6.4.5. Personenvergleich

Um den Vergleich zu Personen ermitteln zu können, wurde zwischen positiv und negativ behafteten Personen unterschieden. Die Ergebnisse der Untersuchung sind der unterstehenden Tabelle zu entnehmen.

Darstellung	The Sun			Daily Mail			The Guardian		
	U1	U2	U3	U1	U2	U3	U1	U2	U3
Keine	16	16	2	6	12	3	12	16	2
Negativ	2	-	-	1	-	-	-	-	-
Positiv	-	1	-	1	-	-	1	1	-

Tabelle 11: Anzahl der Artikel mit Personenvergleich

In der Vorberichterstattung zur Fußballweltmeisterschaft gab es mehrere Vergleiche mit negativen Personen, unter anderem mit Adolf Hitler¹²⁹, die man während und nach der Weltmeisterschaft nicht mehr erfassen konnte. Allein die Zeitung *The Guardian* vergleicht Deutschland mit keiner negativen Person.

6.4.6. Sportliche Leistung

In der folgenden Tabelle wurde die sportliche Leistung der Mannschaft in Zusammenhang mit den einzelnen Artikeln erfasst, um herauszufinden ob die sportliche Leistung den Betrachtungsgrad der Artikel beeinflusst.

¹²⁹ Jones, David: „March Of The World Cup Nazis“. In: Daily Mail, Nr. 126, v. 27.05.2006, S. 43 f.

Darstellung	The Sun			Daily Mail			The Guardian		
	U1	U2	U3	U1	U2	U3	U1	U2	U3
Keine	12	2	2	8	3	3	12	3	2
Misserfolg	2	4	-	-	3	-	-	2	-
Erfolg	4	11	-	-	6	-	1	12	-

Tabelle 12: Anzahl der Artikel in Bezug auf die sportliche Leistung

Im Gesamten betrachtet beruhen mit 82,1 Prozent die meisten Artikel im ersten Untersuchungsbereich auf keiner sportlichen Leistung der deutschen Nationalmannschaft. Im zweiten Untersuchungsbereich beziehen sich die meisten Artikel (63 Prozent) auf den sportlichen Erfolg der Mannschaft, während die sportliche Leistung im dritten Bereich nicht thematisiert wird. Wenn man diese Ergebnisse mit den Ergebnissen zum Betrachtungsgrad (Tabelle 2, 3 und 4) vergleicht, kann man erkennen, dass mit steigender Leistung der Mannschaft auch der Betrachtungsgrad steigt. Es wird mehr Interesse an der Deutschen Nationalmannschaft gezeigt.

6.4.7. Emotionalität

Um die Emotionalität der Artikel zu erfassen, ist der Codierer stark auf seine eigene Meinung und sein Empfinden angewiesen. Die Bewertung dieser Variablen verlief daher eher subjektiv. Tabelle 13 erfasst die Ergebnisse.

Darstellung	The Sun			Daily Mail			The Guardian		
	U1	U2	U3	U1	U2	U3	U1	U2	U3
Schwach	9	10	2	4	7	2	11	10	2
Mittel	7	6	-	2	2	-	2	7	-
Stark	2	1	-	2	3	1	-	-	-

Tabelle 13: Emotionalität aller Artikel

The Guardian hat den nüchternsten Schreibstil der Untersuchungsobjekte. Die *Daily Mail* und *The Sun* hingegen weisen mehrere Artikel mit starker Emotionalität vor. Insgesamt betrachtet kann man jedoch nicht sagen, dass sich die Emotionalität der Artikel im ersten und zweiten Untersuchungszeitraum signifikant ändert. Auf jeden Fall schwächt sie sich zum dritten Bereich hin ab.

6.5. Persönlicher Eindruck

Hier galt ähnlich zur Messung der Emotionalität eine rein subjektive Bewertung. Der Codierer hatte die Aufgabe, die Wirkung des Artikels auf den einzelnen Leser zu bewerten. Diese Messung spielt vor allem dann eine Rolle, wenn die Ergebnisse stark von den vorherigen Erkenntnissen abweichen.

Darstellung	The Sun			Daily Mail			The Guardian		
	U1	U2	U3	U1	U2	U3	U1	U2	U3
Provozierend	5	-	-	2	1	-	-	-	-
Anerkennend	4	8	-	-	4	1	-	9	-
Ironisch	3	2	-	2	2	-	3	-	-
Neutral	6	6	2	3	4	2	8	6	2
Kritisch	-	1	-	1	1	-	2	2	-

Tabelle 14: Persönlicher Eindruck bei allen Artikeln

Die Ergebnisse weichen kaum von den bisherigen Erkenntnissen ab. Daraus lässt sich schließen, dass in keinem Artikel mit versteckten Botschaften oder unterschwelligen Emotionen gearbeitet wurde. In praktisch allen Fällen war immer objektiv zu erkennen, was die Aussage sein sollte.

7. Hypothesenprüfung

In diesem Kapitel werden die aufgestellten Hypothesen anhand der Ergebnisse der Inhaltsanalyse überprüft und bestätigt oder widerlegt.

Hypothese A: Durch die Fußballweltmeisterschaft 2006 hat sich das Bild Deutschlands im Sportteil der englischen Printmedien zum Positiven verändert.

Hypothese A kann bestätigt werden. Mit dem Beginn der Fußballweltmeisterschaft hat sich das Deutschland-Bild im Vergleich zum Untersuchungszeitraum 1 vor der Weltmeisterschaft zum Positiven verändert. Die Verwendung von Klischees und Stereotypen nimmt mit der Weltmeisterschaft fast um die Hälfte ab. Auch wird Deutschland im Untersuchungszeitraum 2 nicht mehr ganz so häufig mit Kriegsanekdoten in Verbindung gebracht und im Untersuchungszeitraum 3 gar nicht mehr. Während der Weltmeisterschaft nehmen anerkennende und lobende Schreibstile im erheblichen Maße zu.

Hypothese B: Es werden mehr Artikel über Deutschland und die Deutschen aufgrund der Fußballweltmeisterschaft 2006 im Sportteil verfasst.

Diese Hypothese kann bestätigt werden. Anhand der Ergebnisse ist zu erkennen, dass während der Weltmeisterschaft (Untersuchungszeitraum 2) insgesamt 17,9 Prozent mehr Artikel verfasst wurden als im Untersuchungszeitraum 1. Nach der Weltmeisterschaft im Untersuchungszeitraum 3 nehmen die Artikel dann wieder um 84,7 Prozent im Vergleich zu Untersuchungszeitraum 2 ab. Auch der Begriff Deutschland wird im Ganzen 29,5 Prozent häufiger während der Fußballweltmeisterschaft verwendet als davor. Hinzu kommt, dass es während der Weltmeisterschaft mehr ausführliche Artikel

über Deutschland und die Deutschen gibt, insgesamt 54,3 Prozent der Artikel sind ausführliche Berichte in diesem Zeitraum (fast doppelt so viel wie in U1 und U3).

Hypothese C: Während und nach der Fußballweltmeisterschaft 2006 werden kaum noch übliche Stereotypen für Deutschland oder die Deutschen verwendet.

Hypothese C hat sich bestätigt. Stereotypen werden während der Fußballweltmeisterschaft nur noch bei 6,5 Prozent der Artikel verwendet, damit fast halb so oft wie vor der Weltmeisterschaft. Nach der Weltmeisterschaft beinhalten keine Artikel klassische Stereotype für Deutschland oder die Deutschen.

Hypothese D: Je erfolgreicher die Leistung der Deutschen Nationalmannschaft, desto positiver wird über Deutschland berichtet.

Dies kann bestätigt werden. In Untersuchungszeitraum 2 basieren 63 Prozent der Artikel auf einer erfolgreichen Leistung der Deutschen Nationalmannschaft im Gegensatz zum ersten Zeitraum mit 12,8 Prozent. Nach der Weltmeisterschaft beruhen keine Artikel mehr auf sportlichen Leistungen der Mannschaft. Die Mehrheit der Artikel ist mit 41,3 Prozent während der Weltmeisterschaft dem anerkennenden Schreibstil zugeordnet (in etwa achtmal mehr als in U1 und in etwa dreimal mehr als in U3). Außerdem verdoppelt sich die Benutzung von Superlativen fast von Untersuchungszeitraum 1 zum zweiten Untersuchungszeitraum. Positiv sensationelle Begriffe werden ausschließlich während der Weltmeisterschaft benutzt.

Hypothese E: Krieg, Nationalsozialismus oder negative Personenvergleiche werden während und nach der Weltmeisterschaft kaum noch in der Sportberichterstattung mit Deutschland in Verbindung gebracht.

Diese Hypothese ist nur bedingt richtig. In Bezug auf negative Personenvergleiche gab es während und nach der Weltmeisterschaft keine Artikel mehr, aber in Bezug auf die Nennung des Wortes „Nazi“ hat es im Vergleich zum Untersuchungszeitraum 2 eine leichte Steigerung zum ersten Zeitraum gegeben ($U_1=7,7$ Prozent aller Artikel, $U_2=8,7$ Prozent aller Artikel). Wenn man die Verbindung von Krieg und Deutschland betrachtet, gab es während der Weltmeisterschaft genauso viele Artikel wie zuvor, im Verhältnis zu den gesamten Artikeln des jeweiligen Untersuchungszeitraums gab es lediglich eine Reduktion von 3,1 Prozent.

8. Fazit

In der vorliegenden Arbeit wurde an ausgewählten englischen Printmedien eine Medieninhaltsanalyse vorgenommen. Die Boulevardzeitung *The Sun*, die *Daily Mail*, einzuordnen in die bürgerliche Mitte, und die Qualitätszeitung *The Guardian* dienten als Querschnitt der englischen Presse.

Die Arbeit wurde anhand forschungsleitender Fragen und daraus resultierenden Hypothesen strukturiert. Die Untersuchungsobjekte wurden stets unter Berücksichtigung der Fragestellungen ausgewertet. Um eine möglichst vollständige aber auch durchführbare Arbeit anfertigen zu können, wurde der Untersuchungszeitraum auf einige Wochen vor, während und nach der Weltmeisterschaft 2006 eingegrenzt.

Die Ergebnisse der Analyse zeigen deutlich, dass sich die Darstellung Deutschlands und der Deutschen in den englischen Printmedien durch die Fußballweltmeisterschaft 2006 zum Positiven verändert hat. Alle Hypothesen konnten vollständig bestätigt werden, mit der Ausnahme von Hypothese E, die nur bedingt belegt werden konnte.

Als Problematik der Studie stellte sich heraus, dass die Nachhaltigkeit der Ergebnisse nicht gewährleistet werden kann. Es ist anzunehmen, dass die britische Presse in ihrer Meinung Deutschland gegenüber auch schnell wieder umschlagen könnte.

Ebenfalls wird daraufhingewiesen, dass eine unabhängige Probecodierung hätte stattfinden müssen, um die Validität und Reliabilität der Ergebnisse zu verfestigen. Es wurde jedoch entschieden, dass dies für die vorliegende Studie zu umfangreich gewesen wäre.

Die Autorin hat sich bemüht, die positiven und negativen Kategorien möglichst objektiv und präzise zu definieren.

Trotz dieser Erkenntnisse lässt sich sagen, dass die forschungsleitenden Fragen befriedigend beantwortet werden konnten und zu einem erfolgreichen Ergebnis führten.

Die bereits angesprochene Rivalität im Fußball zwischen Deutschland und England spielt in der vorliegenden Studie eine wichtige Rolle. Da ein mögliches Aufeinandertreffen beider Mannschaften bei der Weltmeisterschaft 2006 ausblieb, blieb eine mögliche Eskalation in der Berichterstattung aus. Die Weltmeisterschaft 2006 kann als ein Wendepunkt betrachtet werden. Deutschland präsentierte sich als freundlicher und offener Gastgeber. Das Motto „Die Welt zu Gast bei Freunden“¹³⁰ wurde auch weitestgehend bei den englischen Medien so aufgenommen. Das Deutschland-Bild hat sich demnach, wie in der vorliegenden Arbeit belegt wird, nicht nur verbessert sondern auch verändert. Publizistische Attacken wie zur Europameisterschaft 1996 waren in keinem der Untersuchungsobjekte, sei es Boulevard- oder Qualitätszeitung, zu finden.

Um die Studie eventuell weiterzuführen und ihren explorativen Charakter zu verstärken, wäre eine Erweiterung des Kategoriensystems angebracht. Auch um die Ergebnisse zu erhärten und die Nachhaltigkeit zu erforschen wäre eine Untersuchung mehrerer Co-dierer notwendig gewesen sowie ein umfangreicherer Untersuchungszeitraum und eine Erweiterung der Untersuchungseinheiten. Da, wie bereits in der Einleitung erwähnt, eine solche Studie bisher noch nicht angefertigt wurde, ist eine mögliche Ausweitung des Themas denkbar. Auch ein möglicher Vergleich mit der Europameisterschaft 1996 würde eine aufschlussreiche Analyse darüber geben, inwieweit sich das Deutschland-Bild mit der Zeit verändert hat. Das Untersuchungsfeld ist grenzenlos, da immer ein neues Ereignis die Berichterstattung der englischen Printmedien hinsichtlich

¹³⁰ DFB: „A-Z zur FIFA WM 2006“ URL: <http://www.dfb.de/index.php?id=6015>

der Darstellung Deutschlands und der Deutschen beeinflussen kann.

9. Literaturverzeichnis

Selbständige Literatur:

Früh, Werner: Inhaltsanalyse. Theorie und Praxis. 3. Auflage, München, 1991

Mayring, Philipp: Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken. 5. Auflage, Weinheim, 1995

Scheufele, Bertram / Engelmann, Ines: Empirische Kommunikationsforschung. Konstanz, 2009

Wagner, Hans: Qualitative Methoden in der Kommunikationswissenschaft. Ein Lehr- und Sachbuch. Vollständig überarbeitete, erweiterte und ergänzte Neuauflage, Baden-Baden, 2009

Nicht selbständige Literatur:

Früh, Werner: Kategorienexploration bei der Inhaltsanalyse. Basiswissengeleitete offene Kategorienfindung (BoK). In: Wirth, Werner / Lauf, Edmund (Hrsg.): Inhaltsanalyse: Perspektiven, Probleme, Potentiale. Köln, 2001, S. 117 - 139

Knapp, Werner: Inhaltsanalyse aus linguistischer Sicht. In: Mayring, Philipp / Gläser-Zikuda, Michaela (Hrsg.): Die Praxis der Qualitativen Inhaltsanalyse. Weinheim / Basel, 2005, S. 20 - 36

Zeitungsartikel:

Die für die Analyse verwendeten Zeitungsartikel von *The Sun*, *Daily Mail* und *The Guardian* werden im Anhang der Bachelorarbeit in Tabellen detailliert aufgeführt.

Brodkin, Jon: Podolski And Klose Give Germany The Weaponary To Keep Party In Full Swing. In: *The Guardian*, Nr. 151, v. 26.06.2006, S. 9

Curry, Steve: „Klinsmann Confounds The Critics And Puts Germany In Party Mood“. In: *Daily Mail*, Nr. 151, v. 26.06.2006, S. 88 f.

Curtis, Neil: „They Think It´s All Uber...It Is Now! Dream Dies For Jens And Co“. In: *The Sun SuperGoals*, Nr. 159, v. 05.07.2006, S.1

Edwards, John: „We Are Tough Enough To Last, Says Jurgen“. In: *Daily Mail*, Nr. 127, v. 29.05.2006, S. 77

Jones, David: „March Of The World Cup Nazis“. In: *Daily Mail*, Nr. 126, v. 27.05.2006, S. 43 f.

Kidd, Dave: „Ballack ´N Blue! Crooked Skipper Fears German KO“. In: *The Sun*, Nr. 135, v. 07.06.2006, S.55

Kidd, Dave: „First World Four. Klin´s Men Go Goal Mad In Epic Opener“. In: *The Sun SuperGoals*, Nr. 138, v. 10.06.2006, S. 2 f.

Kidd, David: „Klin´s Got A Lucky Schwein“. In: *The Sun*, Nr.137, v. 09.06.2006, S. 92 f.

Kidd, Dave: „Thank God Germany Are Not Up Next. Chris Waddle On England´s Sorry Show“. In: The Sun, nr. 147, v. 21.06.2006, S. 63

Macadam, Harry: „The Sun Puts Down Beach Towel For The World Cup Final. It´s Only 7.578 Square Feet“. In: The Sun, Nr. 135, v. 07.06.2006, S. 30 f.

McRae, Donald: „Fear Darkens The German Dream Of A World Party. A Journey Through The Host Nation Reveals High Hopes For A Joyous Month Tinged By Political Tensions“. In: The Guardian, Nr. 133, v. 05.06.2006, S. 10

Powell, Jeff: „Jurgen´s Men Wobble On. Herr-raising Opener As Germany Rock But Roll To A Record Victory“. In: Daily Mail, Nr. 138, v. 10.06.2006, S. 114 f.

Walker, Michael: „Lehmann´s Penalty Heroics Send Germany Raptures“. In: The Guardian, Nr. 156, v. 01.07.2006, S. 10 f.

„Ballack In Klose Call“. In: The Sun SuperGoals, Nr. 129, v. 31.05.2006, S. 3

„Winsmann“. In: The Sun, Nr. 159, v. 05.07.2006, S. 91

„Wurst Nightmare“. In: The Sun, Nr. 159, v. 05.07.2006, S.1

Online Artikel:

Ahrens, Peter: „Deutschland gegen England. Die Trauma Partner“. 27.06.2010, In: Spiegel online, URL:
<http://www.spiegel.de/sport/fussball/0,1518,703066,00.html>
[Stand: 25.08.2011]

Anselmi, Eduardo: „This Day in History. September 15: The Sun First Published“. 01.09.2009, In: maxim, URL:
http://www.maxim.co.uk/features/articles/18268/this_day_in_history.html [Stand: 30.07.2011]

Aumüller, Johannes: „Zum Glück nutzt meine Mutter das Internet nicht“. 26.06.2010, In: sueddeutsche.de, URL:
<http://www.sueddeutsche.de/sport/interview-mit-stefan-kuntz-zum-glueck-nutzt-meine-mutter-das-internet-nicht-1.965915>
[Stand: 25.08.2011]

Barnett, Rowan: „Warum Engländer immer gegen Deutschland sind“. 07.06.2008, In: Welt online, URL:
http://www.welt.de/vermishtes/article2075184/Warum_Englaender_immer_gegen_Deutschland_sind.html [Stand: 25.08.2011]

Beck, Oskar: „Mutter aller Rivalitäten – England vs. Deutschland“. 26.06.2010, In: Welt Online, URL:
<http://www.welt.de/sport/wm2010/article8183223/Mutter-aller-Rivalitaeten-England-vs-Deutschland.html> [Stand: 25.08.2011]

Chalk, Titus: „Don´t cry for me, Gazza“. 25.02.2011, In: 11Freunde.de, URL:
http://www.11freunde.de/international/131001/dont_cry_for_me_gazza [Stand: 25.08.2011]

Cole, Peter: „Women Reader: The Never-Ending Search“. 18.09.2005, In: The Independent, URL: <http://www.independent.co.uk/news/media/women-readers-the-neverending-search-507235.html> [Stand: 05.08.2011]

Douglas, Torin: „Forty years of the Sun“. 14.09.2004, In: BBC news online, URL: http://news.bbc.co.uk/2/hi/uk_news/magazine/3654446.stm [Stand: 30.07.2011]

dpa: „England kassiert höchste WM-Pleite“. 27.06.2010, In: Focus online, URL: http://www.focus.de/sport/mehrsport/fussball-england-kassiert-hoechste-wm-pleite_aid_524111.html [Stand: 27.08.2011]

The Guardian Archive: „History Of The Guardian. A Brief History Of The Guardian Newspaper“. In: Guardian.co.uk, URL: <http://www.guardian.co.uk/gnm-archive/2002/jun/06/1> [Stand: 06.08.2011]

Guardian Staff: „General election 2010: The Liberal Moment Has Come“. 30.04.2010, In: Guardian.co.uk, URL: <http://www.guardian.co.uk/commentisfree/2010/apr/30/the-liberal-moment-has-come> [Stand: 03.08.2011]

Guardian Staff: „Press Awards 2011: Guardian Wins Newspaper Of The Year“. 06.05.2011, In: Guardian.co.uk, URL: <http://www.guardian.co.uk/media/2011/apr/06/press-awards-2011-guardian-newspaper-of-the-year> [Stand: 06.08.2011]

Heidbühmer, Carsten: „Die Welt verneigt sich vor Deutschland“. 04.07.2010, In: Stern online, URL: <http://www.stern.de/sport/fussball-wm/wm-2010/wm-pressestimmen-die-welt-verneigt-sich-vor-deutschland-1579657.html> [Stand: 26.08.2011]

Hermanns, Stefan: „Fantastisch! Unglaublich! Wundervoll!“. 18.08.2007, In: Tagesspiegel, URL: <http://www.tagesspiegel.de/sport/fussball/fantastisch-unglaublich-wundervoll/1016950.html> [Stand: 25.08.2011]

Levine, Tom: „Anne zieht nicht. Die britische Boulevardpresse wird milder, sagt „Mirror“ – Chef Morgan“. 06.07.2001, In: Berliner Zeitung, URL: <http://www.berlinonline.de/berliner-zeitung/archiv/.bin/dump.fcgi/2001/0706/medien/0229/index.html> [Stand: 25.08.2011]

Levine, Tom: „Zeitwende in Großbritannien. Das konservative Blatt „Daily Mail“ verkauft erstmals mehr Exemplare als der linke „Mirror“. 07.10.1998, In: Berliner Zeitung, URL: <http://www.berlinonline.de/berliner-zeitung/archiv/.bin/dump.fcgi/1998/1007/medien/0037/index.html> [Stand: 30.07.2011]

O´Reilly, Lara: „Sun On Sunday Set For Launch Following NOTW Closure“. 08.07.2011, MarketingWeek, <http://www.marketingweek.co.uk/sectors/media/sun-on-sunday-set-for-launch-following-notw-closure/3028241.article> [Stand: 05.08.2011]

Reid, David / Teixeira, Tania: „Are People Ready To Pay For On-line News?“ 26.02.2010, In: BBC click, URL:
http://news.bbc.co.uk/2/hi/programmes/click_online/8537519.stm
[Stand: 06.08.2011]

Richter, Arne / Mende, Jens: „Deutschland – England: Duell mit langer Tradition“. 21.08.2007, In: Tagespiegel, URL:
<http://www.tagesspiegel.de/sport/fussball/deutschland-england-duell-mit-langer-tradition/1019940.html> [Stand: 25.08.2011]

„Die heißesten Duelle mit England“. 23.06.2010, In: Sportbild, URL: <http://sportbild.bild.de/SPORT/fussball-wm-2010/2010/06/23/legendaere-duelle/zwischen-deutschland-und-england.html> [Stand: 25.08.2011]

„Englische Zeitung – DFB Trikots sind „Nazi“ – Stil.“ 28.01.2010, In: Welt online, URL:
<http://www.welt.de/sport/fussball/article6015091/Englische-Zeitung-DFB-Trikots-sind-Nazi-Stil.html> [Stand: 25.08.2011]

„Konservativer Medienmacher mit Boulevard-Neigung“. 02.05.2007, In: Wirtschaftswoche, URL:
<http://www.wiwo.de/unternehmen-maerkte/konservativer-medienmacher-mit-boulevard-neigung-248794/>
[Stand: 30.07.2011]

„Rache für Wembley. Schiri gibt dieses England Tor Nicht“. 27.06.2010, In: Bild.de, URL: <http://www.bild.de/sport/fussball-wm-2010-suedafrika/schiedsrichter/schiedsrichter-verweigert-england-ausgleich-13099018.bild.html> [Stand: 28.08.2011]

Internet:

British Newspapers Online: „Daily Mail“. 15.04.2011, URL:
<http://www.britishpapers.co.uk/midmarket/daily-mail/> [Stand:
05.08.2011]

Deutsche in London: „Nationale Zeitungen“. 14.11.2009, URL:
<http://www.deutsche-in-london.net/Zeitschriften.334.0.html>
[Stand: 30.07.2011]

DFB: „A-Z zur FIFA WM 2006“, URL:
<http://www.dfb.de/index.php?id=6015> [Stand: 02.09.2011]

DFB: Statistik (Alle Spiele), URL:
[http://www.dfb.de/index.php?id=500001&no_cache=1&action=showRivalBala-](http://www.dfb.de/index.php?id=500001&no_cache=1&action=showRivalBalance&lga=Nationalmannschaft&gegner=dfbat19&cHash=f4b331425bf2403ce28ae59e9991d465)
[ce&lga=Nationalmannschaft&gegner=dfbat19&cHash=f4b331425bf](http://www.dfb.de/index.php?id=500001&no_cache=1&action=showRivalBalance&lga=Nationalmannschaft&gegner=dfbat19&cHash=f4b331425bf2403ce28ae59e9991d465)
[2403ce28ae59e9991d465](http://www.dfb.de/index.php?id=500001&no_cache=1&action=showRivalBalance&lga=Nationalmannschaft&gegner=dfbat19&cHash=f4b331425bf2403ce28ae59e9991d465) [Stand: 27.08.2011]

Diebel, Frank Heinz: „Hitlers langer Schatten“. URL:
<http://parapluie.de/archiv/uebertragungen/klischees/>
[Stand: 15.08.2011]

The FA: Results, URL: <http://thefa.com/England/Results>
[Stand: 28.08.2011]

Guardian media group plc: „Funding Universe“. URL:
[http://www.fundinguniverse.com/company-histories/Guardian-](http://www.fundinguniverse.com/company-histories/Guardian-Media-Group-plc-Company-History.html)
[Media-Group-plc-Company-History.html](http://www.fundinguniverse.com/company-histories/Guardian-Media-Group-plc-Company-History.html) [Stand: 06.08.2011]

Johnson, Bridget: „The British Tabloids“. URL:
<http://worldnews.about.com/od/7/qt/britishtabs.htm>
[Stand: 05.08.2011]

News International: Home, URL: <http://nicommercial.com/>
[Stand: 30.07.2011]

Newspaper Marketing Agency: Daily Mail, URL:
<http://www.nmauk.co.uk/nma/do/live/factsAndFigures?newspaperID=10> [Stand: 03.08.2011]

Newspaper Marketing Agency: The Guardian, URL:
<http://www.nmauk.co.uk/nma/do/live/factsAndFigures?newspaperID=12> [Stand: 03.08.2011]

Newspaper Marketing Agency: The Sun, URL:
<http://www.nmauk.co.uk/nma/do/live/factsAndFigures?newspaperID=17> [Stand: 03.08.2011]

Newspaper Marketing Agency: The Times, URL:
<http://www.nmauk.co.uk/nma/do/live/factsAndFigures?newspaperID=20> [Stand: 03.08.2011]

Newspaper Marketing Agency: Newspaper Data – Facts And Figures, URL:
<http://www.nmauk.co.uk/nma/do/live/factsAndFigures;jsessionid=F4311C4B4D7B8A73FABF515FD67B6466> [Stand: 03.08.2011]

Simkin, John: „Daily Mail, Million Sale. What The Huns Must Do Now“. URL: <http://www.spartacus.schoolnet.co.uk/Jmail.htm>
[Stand: 05.08.2011]

University Of Winchester: „National Newspapers, Daily Mail“. URL:
<http://journalism.winchester.ac.uk/?page=387>
[Stand: 05.08.2011]

Anhang

10. Anhang

In diesem Kapitel wird das Codebuch ausführlich beschrieben und Codieranweisungen gegeben. Außerdem werden hier die Ergebnistabellen der einzelnen Untersuchungsobjekte in den Untersuchungszeiträumen abgebildet.

10.1. Codebuch

Variable	Inhalt
Allgemein:	
V1	Medium 1 The Sun 2 Daily Mail 3 The Guardian
V2	Datum
V3	Seite
V4	Beachtungsgrad 1 Titelseite: Hauptaufmacher 2 Titelseite: sonstiger Artikel 3 Ressort Sport: Titelseite = letzte Seite The Sun und Daily Mail 4 Ressort Sport: mehrspaltiger Artikel mit Bild 5 Ressort Sport: sonstiger Artikel
V5	Darstellungsform des Artikels 1 Nachricht 2 Bericht

	3 Kommentar 4 Andere
<i>Sprache:</i>	
V6	Wortspiel 0 kommt nicht vor 1 kommt vor
V7	Superlative 0 kommen nicht vor 1 kommen vor
V8	Sensationelle Begriffe 0 keine 1 negative Begriffe 2 positive Begriffe
V9	Schreibstil 1 sachlich 2 kritisch 3 unterhaltsam 4 provozierend 5 aner kennend / lobend
<i>Bildsprache:</i>	
V10	(Bild-)Ausdruck 1 sachlich 2 kritisch 3 unterhaltsam 4 provozierend 5 aner kennend
<i>Inhalt:</i>	
V11	(Häufigkeit) Begriff Nazi 0 kommt nicht vor 1 kommt vor
V12	Verbindung mit Krieg 0 kommt nicht vor 1 kommt vor

V13	(Häufigkeit) Begriff Deutschland → Germany 0 kommt nicht vor 1 kommt vor
V14	Stereotypen 0 kommen nicht vor 1 kommen vor
V15	Personenvergleich 0 kein Personenvergleich 1 negativer Personenvergleich 2 positiver Personenvergleich
V16	Sportliche Leistung 0 keine 1 Misserfolg 2 Erfolg
V17	Emotionalität des Artikels 1 schwach 2 mittel 3 stark
<i>Persönlicher Eindruck:</i>	
V18	1 provozierend 2 anerkennend 3 ironisch 4 neutral 5 kritisch

V1 Medium

Name der Zeitung und passende Ziffer eintragen

V2 Datum

(tt.mm.) Tag/Monat ohne Jahr, das sich die Untersuchung nur auf einen Untersuchungszeitraum im Jahr 2006 bezieht.

V3 Seite

Seitenanzahl eintragen. Die Titelseite wird als erste Seite mitgezählt. Wenn ein Artikel sich über mehrere Seiten erstreckt werden alle Seitenanzahlen angegeben.

V4 Betrachtungsgrad

Positionierung des Artikels. Einstufung folgendermaßen:

1. Titelseite: Hauptaufmacher
2. Titelseite: sonstiger Seite
3. Ressort Sport: Titelseite = letzte Seite *The Sun* und *Daily Mail*
4. Ressort Sport: mehrspaltiger Artikel mit Bild
5. Ressort Sport: sonstiger Artikel

V5 Darstellungsform des Artikels

Die Artikel werden anhand folgender Kriterien eingestuft:

Nachricht: Kurz und knapp, Inhalt sind aktuelle Ereignisse und Sachverhalte, die bekannten „W-Fragen“ werden behandelt.

Bericht: Ausführlicher und umfangreicher als eine Nachricht. Inhalt behandelt auch (aktuelle) Sachverhalte und Ereignisse

Kommentar: Meinung des Autors wird berücksichtigt, meinungsbildende Darstellungsform. Inhalt beschäftigt sich ebenfalls mit aktuellen Ereignissen und Sachverhalten.

Andere: keine der oben genannten Darstellungsformen treffen zu.

V6 Wortspiel

Sprachliches Element, dass durch Kombination von Wörtern aus verschiedener Sprachen, Wortdrehungen usw. neuen Sinn ergibt.

V7 Superlative

Wörter die einen sehr hohen Grad ausdrücken.

Beispiele: greatest, finest, most, biggest, fantastic, horrible, awesome... etc.

V8 Sensationelle Begriffe

Unterteilung in positive und negative sensationelle Begriffe.

Beispiele für negative sensationelle Begriffe: fear, hate, horror, K.O., humiliation, threat, boycott, haywire, loathing, attacks... etc.

Beispiele für positive sensationelle Begriffe: glory, dream, winner, star, blockbuster, goal mad, head-spinning, humdinger, proud... etc.

V9 Schreibstil

Sachlich: nüchterne Schreibweise

Kritisch: urteilende Schreibweise

Unterhaltsam: heitere Schreibweise

Provozierend: herausfordernde Schreibweise

Anerkennend / lobend: würdigende Schreibweise

V10 Bildsprache

Sachlich: Bild entspricht dem aktuellen Geschehen

Kritisch: Bild wirkt urteilend

Unterhaltsam: Bild soll heiter und „witzig“ wirken

Provozierend: provokante Abbildung(en)

Anerkennend / lobend: würdigend

V11 Begriff „Nazi“

Artikel, die den Begriff „Nazi“ beinhalten

V12 Verbindung mit Krieg

Artikel, in denen eine Verbindung mit Krieg hergestellt wird.

V13 Begriff Deutschland

Artikel, in denen Deutschland genannt wird, Anzahl ist ebenfalls einzutragen.

V14 Stereotypen

Verwendung von Stereotypen in Artikeln.

V15 Personenvergleich

Unterteilung in keine sowie negativer und positiver Personenvergleich.

Negativer Vergleich: negativ behaftete Personen

Positiver Vergleich: positiv behaftet Personen

Die Einstufung von Personen in negativ bzw. positiv ist geschichtlich vorgegeben oder ergibt sich aus dem Text.

V16 Sportliche Leistung

Artikel in den Bezug zu Spielen der Deutschen Nationalmannschaft erkennbar ist.

V17 Emotionalität des Artikels

(Subjektive) Einschätzung der Artikel.

V18 Persönlicher Eindruck

Subjektive Einschätzung der Artikel im Gesamten.

10.2. Ergebnisse der Inhaltsanalyse

Im Folgenden werden die Ergebnisse jedes Untersuchungsobjekts in den einzelnen Untersuchungszeiträumen dargestellt.

10.2.1. *The Sun*

10.2.1.1. Erster Untersuchungszeitraum

V1	V2	V3	V4	V5	V6	V7	V8	V9
1	26.05	4	5	4	1	0	0	4
1	27.05	2 Su- perGoals	5	1	1	0	0	1
1	30.05	55	4	2	1	1	0	1
1	31.05	3 SG	4	2	1	0	0	1
1	01.06	6 SG	5	1	0	0	0	3
1	03.06	67	4	1	1	0	0	5
1	05.06	53	5	4	0	1	0	4
1	05.06	10 SG	4	2	0	0	0	1
1	05.06	10 + 11 SG	4	2	0	1	0	5
1	05.06	11 SG	5	4	0	0	1	4
1	06.06	52	4	2	0	1	1	1
1	06.06	53	5	4	0	0	1	3
1	06.06	53	5	1	0	0	0	1
1	07.06	30 + 31	5	4	0	1	0	4
1	07.06	55	4	2	1	0	0	1
1	09.06	6	4	2	0	0	0	3
1	09.06	92 + 93	4	2	1	0	0	3
1	09.06	12 SG	5	3	0	1	0	1

Tabelle 15 A: Ergebnisse der Inhaltsanalyse *The Sun* Untersuchungszeitraum 1 (V1-V9)

V10	V11	V12	V13	V14	V15	V16	V17	V18
-	0	0	1 (1x)	0	0	0	1	1
-	0	0	1 (4x)	0	0	2	1	4
1	0	0	1 (2x)	0	0	0	1	4
1	0	0	1 (2x)	0	0	2	2	3
-	0	0	1 (5x)	0	0	0	1	1
1	0	0	1 (3x)	0	0	1	2	2
-	0	0	1 (1x)	0	1	0	3	1
1	0	0	1 (1x)	0	0	0	1	4
3	0	0	1 (5x)	0	0	2	2	2
1	0	0	1 (6x)	0	0	0	2	1
1	0	0	1 (1x)	0	0	1	2	4
3	0	0	1 (1x)	0	0	0	1	3
-	0	0	1 (2x)	0	0	0	1	4
4	0	0	1 (3x)	1	0	0	3	1
1	0	0	1 (3x)	0	0	2	1	4
1	1 (1x)	1	1 (10x)	1	0	0	2	2
1	0	0	1 (7x)	0	1	0	2	3
1	0	0	1 (5x)	0	0	0	1	2

Tabelle 15 B: Ergebnisse der Inhaltsanalyse *The Sun* Untersuchungszeitraum 1 (V10-V18)

10.2.1.2. Zweiter Untersuchungszeitraum

V1	V2	V3	V4	V5	V6	V7	V8	V9
1	10.06	4	5	1	0	1	1	3
1	10.06	91	3	1	1	0	2	5
1	10.06	1 SG	4	1	1	1	0	5
1	10.06	2 + 3 SG	4	2	1	1	2	5
1	10.06	3 SG	5	1	0	1	0	3
1	15.06	4 + 5 SG	4	2	0	1	0	5
1	21.06	61 + 62	4	2	0	1	0	5
1	21.06	63	4	3	0	1	0	1
1	26.06	12 + 13 SG	4	2	1	1	2	1
1	01.07	89	3	1	0	1	0	1
1	01.07	1 SG	4	1	0	0	0	2
1	01.07	6 + 7 SG	4	2	1	1	2	5
1	05.07	1	2	1	1	0	0	1
1	05.07	62	3	1	1	0	0	1
1	05.07	1 SG	4	2	1	1	2	1
1	05.07	4 + 5 SG	4	2	0	1	0	1
1	10.07	5 SG	4	2	0	1	0	5

Tabelle 16 A: Ergebnisse der Inhaltsanalyse *The Sun* Untersuchungszeitraum 2 (V1-V9)

V10	V11	V12	V13	V14	V15	V16	V17	V18
3	0	0	1 (1)	0	0	0	2	3
1	0	0	1 (1)	0	0	2	2	2
5	0	0	1 (3)	0	2	2	3	2
5	0	1	1 (12)	0	0	2	2	2
-	0	0	1 (12)	0	0	0	1	3
5	0	0	1 (6)	0	0	2	1	2
1	0	1	1 (5)	1	0	2	2	2
1	0	0	1 (5)	0	0	2	1	4
5	0	0	1 (6)	0	0	2	1	2
1	0	0	1 (2)	0	0	2	1	4
2	0	0	1 (5)	0	0	2	2	5
1	0	0	1 (13)	0	0	2	2	2
1	0	0	1 (2)	0	0	1	1	4
1	0	0	1 (1)	0	0	1	1	4
1	0	0	1 (3)	0	0	1	1	4
1	0	0	1 (12)	0	0	1	1	4
3	0	0	1 (4)	0	0	2	1	2

Tabelle 16 B: Ergebnisse der Inhaltsanalyse *The Sun* Untersuchungszeitraum 2 (V10-V18)

10.2.1.3. Dritter Untersuchungszeitraum

V1	V2	V3	V4	V5	V6	V7	V8	V9
1	13.07	50	5	1	0	0	0	1
1	17.07	54	5	1	0	0	0	1

Tabelle 17 A: Ergebnisse der Inhaltsanalyse *The Sun* Untersuchungszeitraum 3 (V1-V9)

V10	V11	V12	V13	V14	V15	V16	V17	V18
-	0	0	1 (3)	0	0	0	1	4
-	0	0	1 (2)	0	0	0	1	4

Tabelle 17 B: Ergebnisse der Inhaltsanalyse *The Sun* Untersuchungszeitraum 3 (V10-V18)

10.2.2. *Daily Mail*

10.2.2.1. Erster Untersuchungszeitraum

V1	V2	V3	V4	V5	V6	V7	V8	V9
2	27.05	43 + 44	4	3	0	1	1	2
2	29.05	77	4	2	0	1	1	1
2	31.05	77	4	3	0	0	0	4
2	01.06	76	5	4	0	1	0	1
2	03.06	114	5	1	0	0	0	4
2	05.06	50	4	4	0	1	0	4
2	09.06	98 + 99	4	3	1	1	1	2
2	09.06	98 + 99	4	1	0	0	0	1

Tabelle 18 A: Ergebnisse der Inhaltsanalyse *Daily Mail* Untersuchungszeitraum 1 (V1-V9)

V10	V11	V12	V13	V14	V15	V16	V17	V18
2	1 (10)	1	1 (23)	0	1	0	3	5
1	0	0	1 (7)	1	0	0	1	4
1	0	1	1 (2)	0	0	0	2	3
-	0	0	1 (2)	0	0	0	1	4
-	0	1	0	0	0	0	1	1
1	0	0	1 (4)	0	0	0	2	1
4	0	0	1 (13)	0	2	0	3	3
1	0	0	1 (4)	0	0	0	1	4

Tabelle 18 B: Ergebnisse der Inhaltsanalyse *Daily Mail* Untersuchungszeitraum 1 (V10-V18)

10.2.2.2. Zweiter Untersuchungszeitraum

V1	V2	V3	V4	V5	V6	V7	V8	V9
2	10.06	114	4	2	1	1	1	2
2	10.06	115	4	3	0	0	0	3
2	15.06	90	4	2	0	0	0	1
2	15.06	95	4	4	0	0	0	2
2	21.06	1	2	4	0	0	0	1
2	21.06	82	4	2	1	0	0	1
2	21.06	84	4	4	0	1	0	1
2	26.06	88	4	2	0	1	0	1
2	01.07	112 + 113	4	2	0	1	2	5
2	05.07	77	4	3	0	1	2	5
2	05.07	78	4	2	0	1	0	5
2	05.07	83	3	1	0	1	2	1

Tabelle 19 A: Ergebnisse der Inhaltsanalyse *Daily Mail* Untersuchungszeitraum 2 (V1-V9)

V10	V11	V12	V13	V14	V15	V16	V17	V18
1	0	1	1 (11)	1	0	2	1	3
1	0	0	1 (5)	1	0	0	3	3
1	0	1	1 (16)	0	0	2	1	1
2	1 (3)	1	1 (9)	0	0	0	2	5
1	0	0	1 (1)	0	0	2	1	4
1	0	1	1 (7)	0	0	2	1	4
1	0	0	1 (2)	0	0	0	1	4
1	0	0	1 (9)	0	0	2	1	2
1	0	0	1 (8)	0	0	2	2	2
1	0	0	1 (15)	0	0	1	3	2
1	0	0	1 (12)	0	0	1	3	2
1	0	0	1 (4)	0	0	1	1	4

Tabelle 19 B: Ergebnisse der Inhaltsanalyse *Daily Mail* Untersuchungszeitraum 2 (V10-V18)

10.2.2.3. Dritter Untersuchungszeitraum

V1	V2	V3	V4	V5	V6	V7	V8	V9
2	11.7	76	4	3	0	1	0	5
2	12.7	76	4	1	0	0	0	1
2	13.7	95	4	2	0	1	0	1

Tabelle 20 A: Ergebnisse der Inhaltsanalyse *Daily Mail* Untersuchungszeitraum 3 (V1-V9)

V10	V11	V12	V13	V14	V15	V16	V17	V18
1	0	0	1 (9)	0	0	0	3	2
1	0	0	1 (6)	0	0	0	1	4
1	0	0	1 (3)	0	0	0	1	4

Tabelle 20 B: Ergebnisse der Inhaltsanalyse *Daily Mail* Untersuchungszeitraum 3 (V10-V18)

10.2.3. *The Guardian*

10.2.3.1. Erster Untersuchungszeitraum

V1	V2	V3	V4	V5	V6	V7	V8	V9
3	29.05	7	4	2	0	1	0	1
3	01.06	1	2	1	0	0	0	1
3	01.06	1	3	1	0	0	0	1
3	01.06	5	5	1	0	0	0	1
3	01.06	6 + 7	4	4	0	0	0	1
3	05.06	10 + 11	4	4	0	1	1	1
3	05.06	24 + 25	4	4	0	0	0	3
3	06.06	3	5	3	0	0	0	2
3	06.06	6 + 7	4	4	0	0	0	2
3	08.06	5	5	1	0	0	0	1
3	09.06	5	4	3	0	1	0	2
3	09.06	6	5	1	0	1	0	1
3	09.06	8 + 9	5	2	0	0	0	1

Tabelle 21 A: Ergebnisse der Inhaltsanalyse *The Guardian* Untersuchungszeitraum 31 (V1-V9)

V10	V11	V12	V13	V14	V15	V16	V17	V18
1	0	0	1 (14)	0	0	2	1	4
-	0	0	1 (2)	0	0	0	1	4
-	0	0	1 (4)	0	0	0	1	4
-	0	0	1 (3)	0	0	0	1	4
1	0	0	1 (25)	0	0	0	2	4
1	1 (1)	1	1 (34)	0	0	0	2	4
1	0	1	1 (8)	1	0	0	2	3
-	0	0	1 (10)	0	0	0	1	5
1	0	0	1 (13)	0	0	0	1	5
-	0	0	1 (4)	0	0	0	1	4
3	0	1	1 (4)	0	0	0	1	3
-	0	1	0	0	0	0	1	4
-	0	0	1 (6)	1	2	0	1	3

Tabelle 21 B: Ergebnisse der Inhaltsanalyse *The Guardian* Untersuchungszeitraum 1 (V10-V18)

10.2.3.2. Zweiter Untersuchungszeitraum

V1	V2	V3	V4	V5	V6	V7	V8	V9
3	10.06	1	5	4	0	1	2	5
3	10.06	3	4	2	0	0	0	1
3	15.06	1	1	2	0	0	0	2
3	15.06	1	3	1	0	0	0	1
3	15.06	7	4	2	0	0	0	5
3	15.06	7	5	2	0	0	0	1
3	15.06	12	4	3	0	1	0	5
3	21.06	6 + 7	4	2	0	0	0	5
3	26.06	9	4	2	0	1	0	5
3	01.07	1	3	2	0	0	0	2
3	01.07	10 + 11	4	2	0	1	0	5
3	01.07	10 + 11	5	2	0	0	0	1
3	05.07	1	3	2	0	0	0	1
3	05.07	2	4	3	0	1	0	5
3	10.07	6	4	3	0	1	0	5
3	10.07	7	4	1	0	0	0	1
3	10.07	7	5	2	0	1	0	5

Tabelle 22 A: Ergebnisse der Inhaltsanalyse *The Guardian* Untersuchungszeitraum 2 (V1-V9)

V10	V11	V12	V13	V14	V15	V16	V17	V18
5	0	0	1 (1)	0	0	2	2	2
1	0	0	1 (10)	0	0	2	1	4
2	1 (7)	1	1 (14)	0	0	0	2	5
-	0	0	1 (2)	0	0	2	1	4
1	0	0	1 (10)	0	0	2	1	2
-	0	0	1 (7)	0	0	2	1	4
5	1 (3)	1	1 (8)	0	0	0	2	2
1	0	0	1 (10)	0	2	2	1	2
1	0	0	1 (11)	0	0	2	2	2
2	0	0	1 (7)	0	0	2	1	5
5	0	0	1 (12)	0	0	2	1	2
-	0	0	1 (3)	0	0	2	1	4
1	0	0	1 (13)	0	0	1	1	4
1	0	0	1 (12)	0	0	1	2	2
1	1 (1)	0	1 (6)	0	0	0	2	2
1	0	0	1 (6)	0	0	2	1	4
-	0	0	1 (6)	0	0	2	2	2

Tabelle 22 B: Ergebnisse der Inhaltsanalyse *The Guardian* Untersuchungszeitraum 2 (V10-V18)

10.2.3.3. Dritter Untersuchungszeitraum

V1	V2	V3	V4	V5	V6	V7	V8	V9
3	12.07	1	3	1	0	0	0	1
3	13.07	5	4	2	0	0	0	1

Tabelle 23 A: Ergebnisse der Inhaltsanalyse *The Guardian* Untersuchungszeitraum 3 (V1-V9)

V10	V11	V12	V13	V14	V15	V16	V17	V18
-	0	0	1 (4)	0	0	0	1	4
1	0	0	1 (16)	0	0	0	1	4

Tabelle 23 B: Ergebnisse der Inhaltsanalyse *The Guardian* Untersuchungszeitraum 3 (V10-V18)

10.3. Eigenständigkeitserklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbständig und nur unter Verwendung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt habe. Stellen, die wörtlich oder sinngemäß aus Quellen entnommen wurden, sind als solche kenntlich gemacht. Diese Arbeit wurde in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt.

Ort, Datum

Frederike Schrader